
DESIGN
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФСК
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДИЗАЙНА И ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ
МИНСК
14–15 АПРЕЛЯ
2022 г.
МАТЕРИАЛЫ
VI МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДИЗАЙНА И ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

МАТЕРИАЛЫ
VI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ

Минск, 14–15 апреля 2022 г.

Минск
БГУ
2022

УДК 745/749:378.016(06)
ББК 30.18р30я431А43
А43

Р е ц е н з е н т ы:
кандидат технических наук *О. А. Новосельская*;
кандидат культурологии *Е. В. Худницкая*

Актуальные проблемы дизайна и дизайн-образования : мате-
А43 риалы VI Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 14–15 апр. 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: Н. Ю. Фролова (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2022. – 399 с. : ил.
ISBN 978-985-881-437-3.

Рассматриваются вопросы методического обеспечения процесса подготовки дизайнеров в системе высшего образования, а также вопросы междисциплинарных исследований феномена дизайна.

Адресуется преподавателям вузов, научным сотрудникам, практикующим дизайнерам, аспирантам, магистрантам, студентам.

УДК 745/749:378.016(06)
ББК 30.18р30я431А43

ISBN 978-985-881-437-3

РАЗДЕЛ 1
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕФЕРЕНСОВ В УЧЕБНОМ РИСУНКЕ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

USING OF REFERENCES IN EDUCATIONAL DRAWING: PROS AND CONS

Ю. Ф. Бортник
Y. Bortnik

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
Yuliabortnik@mail.ru

В статье ставится задача рассмотрения проблемы использования референсов в учебном рисовании, раскрываются положительные и отрицательные качества применения дополнительных изображений в изобразительной деятельности обучающихся.

Ключевые слова: рисунок; дизайн; образ; референс; работа с референсом; копирование; информирование; комбинирование.

The article aims to consider the problem of using references in educational drawing, discloses the positive and negative qualities of using additional images in the visual activities of students.

Keywords: drawing; design; image; reference; working with the reference; copying; informing; combination.

В XXI веке в период всепоглощающей глобализации, развития компьютерных технологий и социальных сетей заимствованная лексика прочно укоренилась в нашу жизнь. Модные модерновые англицизмы широко используются в различных направлениях современной культуры, создавая собой особое социально-профессиональное просторечие.

Английские слова: *case* (кейс), *mood board* (мудборд), *branding* (брейдинг), *brief* (бриф), *mock-up* (мокап), *portfolio* (портфолио), *clip art* (клипарт), *sketch* (скетч) и пр. надёжно вошли в словарный запас творческой молодёжной аудитории, став неотъемлемым структурным элементом профессионального сленга.

Так с начала первого десятилетия XXI века современную лексику обучающихся изобразительной грамоте пополнил универсальный трендовый англицизм «референс», в дословном переводе, обозначающий «сноску», «ссылку», «рекомендацию», выразительное, удобное выражение безусловно внесло усиленную важность этого понятия в профессиональный модуль изобразительной деятельности обучающихся, приспособившись к русскоязычной действительности, заменило собой испокон веков функционирующие понятия и отразило многозначность действий, несущих в себе разные смыслы и качества.

В учебном рисовании понятие «референс» обозначает вспомогательное изображение, в качестве которого выступает как оригинальная работа мастера-художника или дизайнера, так и любая фотография работы художника, дизайнера, а также просто фотография, отражающая субъекта, объекты, предметы или явления. Процесс работы с референсами в изобразительной деятельности обучающихся по дисциплине учебный или академический рисунок объединяет в себе несколько отличающихся друг от друга подходов, связанных по смыслу, но разных по своей профессиональной направленности, где конкретная суть каждого раскрывается в определенном контексте организации достижений ожидаемых от данного подхода результатов. Используются следующие способы работы с референсами:

- копирование,
- информирование,
- комбинирование,
- заимствование.

Рассмотрим каждый из них. Исходя из основных целей и задач учебного рисунка, везде и во все времена копирование работ мастеров было основным способом обучения изобразительному искусству. Изучение пути, пройденного другим художником, обретение навыков ведения работы по этапам, наблюдение за приемами, используемыми автором, позволяет значительно расширить понимание работы с материалом, объемом и пространством, создавая таким образом основу для более глубо-

кого творческого развития и индивидуального мастерства. Исследование и анализ в процессе копирования работ мастеров старшего поколения, овладение графическими средствами и приемами, изучение методики последовательного ведения работы над рисунком, для приобретения знаний, умений и практических навыков, дает обучающимся возможность приблизить свои аудиторные работы по образцу и качеству к более высокому уровню рисования.

Информирование с помощью референсов заключается в сборе наглядного материала в виде различных подборок изобразительных прототипов, в том числе и фотографий из интернета, для последующего визуального анализа и отбора подходящих элементов, конгруэнтных для создания творческого образа или идеи, компонентов, композиционных схем, комбинаций или конструкций. Например, использование анатомических пособий и мобильных приложений по теме помогает рисующим с натуры правильно прорисовать невидимые части скелета или мышечного корсета человека или животного для создания более убедительного художественного изображения. А многие работы известных художников и фотографов изучаются, анализируются и используются обучающимися в качестве различного рода подсказок для создания и моделирования вариативности композиционно-пластических комбинаций и ритмических структур в целях формирования упорядоченности, органичности и выразительности собственной авторской задумки.

Комбинированный способ работы с референсами предполагает частичное информирование и синтезирование – использование информации (например фото постановки) в практических целях рисующими при недостающих или отсутствующих фактах о натуре. Особенно если взаимодействие с натурной постановкой было кратковременным и недостаточным для удержания в памяти каких либо детальных подробностей, что особенно актуально в современном учебном процессе из-за постоянного сокращения натурного времени и ограниченного доступа к постановке. Частичное заимствование или списывание с референса допустимо, если обучающиеся рисунку желают довести работу до состояния модного на данный момент направления фотореализма, оттачивая с фотографии наиболее сложные и замысловатые части натурной постановки, работая самостоятельно вне аудиторных занятий.

Полное заимствование или простым языком срисовывание с референса, процесс в современное время распространенный среди любителей рисования, и внешне для непрофессионального взгляда похожий

на копирование, но для обучающихся, имеющих специальную художественную подготовку и связывающих свою деятельность с проектным творчеством, крайне нежелателен. В процессе срисовывания происходит машинальный перенос видимых пятен без какого-либо мыслительного анализа. Рисующие привыкают к пустому механическому действию и не развивают принцип систематичности методической последовательности ведения рисунка, не тренируют наблюдательности, и остроты восприятия. Обучающиеся в процессе срисовывания не делают отбор, не чувствуют пространства и форму, не ищут связей между элементами, не пытаются видеть цельно – забывают о том, что рисование это процесс непрерывной мыслительной деятельности, развивающей специфическое профессиональное видение, способное зрительно монолитно воспринимать предметы или явления, выделяя при этом главное, создавая в итоге цельный образ данной натуры или явления.

Обобщая сказанное, можно сделать вывод, что использование работы с референсами в процессе учебного рисования носит многофункциональный характер, не противоречит ориентирам и установкам академического учебного рисования, и зависит от целей и задач, поставленных перед обучающимися в рамках профиля учебного заведения и избранной ими специальности. Так в процессе обучения по дисциплине рисунок допустимо использование трех основных методов работы с референсами: копирование, информирование и комбинирование, как способов, синтезирующих знания, умения и навыки в формировании изобразительно-творческого мастерства обучающихся. И крайне не рекомендован метод полного заимствования, т.е. срисовывания с референса, как не несущий в себе возможности творческого развития обучающихся в освоении профессионального мастерства, не предполагающий приобретение знаний, умений и усвоение законов и правил изобразительного языка в сочетании с твердыми навыками пользования ими.

ДИЗАЙН КАК МЕТОД: ЛОГИКА УЧЕБНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ»

MARKETING AND DESIGN: POINTS OF GROWTH

В. В. Голубев
U. Holubeu

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus,
e-mail: zbzdhj@gmail.com

В статье рассматривается роль социо-гуманитарной методики в учебной дисциплины «Дизайн-проектирование», как основы системной и профессиональной подготовки дизайнера в сфере коммуникаций и рекламы. Постулируется важность проектного мышления при организации учебных заданий и работы с визуальными материалами. Определяется роль и ответственность дизайнера в процессе проектирования материального дизайн-продукта. Подчёркивается необходимость внимательного изучения гуманитарного аспекта в социо-гуманитарных исследованиях, важность постоянной модернизации приемов анализа и синтеза в предпроектной деятельности, встраивание этапа ориентации в проектной проблеме в контекст глобальных социальных и культурных процессов.

Ключевые слова: социо-гуманитарные методы; учебное проектирование; идеальный дизайн-продукт; проектный образ; предпроектное исследование; визуальное исследование.

The article discusses the role of socio-humanitarian methodology in the discipline “Educational design” as the basis for systemic and professional training of a designer in the field of communications and advertising. The importance of project thinking in the organization of educational tasks and work with visual materials is postulated. The role and responsibility of the designer in the process of designing a material design product is determined. It emphasizes the need for a careful study of the humanitarian aspect in socio-humanitarian research, the importance of constantly modernizing the methods of analysis and synthesis in for-project activities, embedding the orientation stage in the project problem into the context of global social and cultural processes.

Keywords: socio-humanitarian methods; educational design; ideal design product; project image; for-project research; visual research.

Modus vivendi широкого понимания определения дизайна, как антропоцентричного (социального) феномена промышленной культуры и формы проектно-художественной деятельности, в условиях индустриального и постиндустриального экономико-технологических укладов, сегодня претерпевает активную критику и ревизию. И это вызвано тем, что в сфере теории дизайна на протяжении двух столетий нет единой точки зрения, на специфику природы опережающих способов отражения действительности, как основы социального творчества. Дизайн объективируется и как метод познания и преобразования природы, в «…особом образом организованные искусственные системы, составляющие предметные условия жизнедеятельности людей» [1, с. 43], и как форма проектной интерпретации образно-логических характеристик мира, без разрушения единства связей формы и функции. Дизайн, последние десятилетия трактуется в самом широком смысле, как закономерный процесс, объединяющий сферы творческой деятельности, как с явно целесообразным (природно-объективным) началом, так и сферы духовного производства с доминантой субъективной компоненты (индивидуально-экзистенциальное целеполагание).

Рассмотрение сути дизайна, как специфического (во многом субъективного) уникально-образного исследования, т.е. «проектного познания», ориентированного на исторический анализ динамики развитие процессов трансформации проблемных полей общественных явлений, во всем структурном и типологическом богатстве причин и источников, включает его в сферу социо-гуманитарных наук, где функционируют достаточно вариативные методы познания. Уникальность и единичность данного дизайн- исследования в том, что в него все время включен сам проектирующий субъект, как творческая личность, так и объективный по своей природе «другой», проектируемый человек со своим субъектно-деятельностным началом. Проблема проектирование чужого «Я», через социо-гуманитарные методы, это всегда проблема «изображение» противоречивой личности в предметной форме, в разнообразии ценностно-смысловых характеристик. И эту задачу не выполнить без ревизии форм культуру, как сферы взаимодействия для нахождения персональной точки опоры «Я» и постижение «глубины » чувств «Другого».

С другой стороны, суть дизайна, это и проектный синтез этих субъективных противоречий, в форме продукта объективной художественно-образной деятельности. Такой «материальный дизайн-продукт»

[1, с. 2], реализовав в себе рациональные формообразующие факторы из материальной культуры и технологий производства, демонстрирует свою научную целостность и техническую сложность, что позволяет говорить о важности естественно-научного, подхода к выбору метода дизайн-проектирования.

Очевидно, что в сфере дизайна, как синкретичного целенаправленного опережающего действия, по качественному «опредмечиванию» мира человека, как человека созидателя культуры, существуют объективные законы, а их выявление и познание есть важнейшая парадигма, которая и должна определять цели, задачи и структуру методики дизайн-проектирования вообще, и стать нормативной основой учебного дизайна в частности. Но так ли это? Метод «историзма» при анализе методологического обеспечения дизайна, требует очередной ретроспекции, хотя бы основных теоретических положений, выдвинутых общепризнанными деятелями профессии. Напомним, опираясь на справочник издательства *Dorling Kindersli* 2015 года под названием *«The definitive visual history design»* , что среди основных взглядов на сущностные характеристики этого явления, наиболее популярными по мере развития исследований о дизайне и его культурного генезиса становились следующие тезисы: Г. Рид определял дизайн как высшую форму искусства, и это определение крайне популярно у современных арт-дизайнеров и дизайн-гуру; Дж. Глоаг напротив считал дизайн, особенно индустриальный, только фазой общего цикла промышленного производства, и встраивал его в систему экономических параметров, и именно этот взгляд, попреждному доминирует в понимании дизайна в среде технических работников и IT-специалистов; Ф-Ч. Эшворд в книге «Дизайнерское проектирование для промышленности» как сущностную особенность, выделял потребительскую функцию, как процесс установлению меры гармонии производителя и потребителя, на основе коммерциализации «эстетического качества», как обязательного условия промышленного продукта.

Такой подход по извлечению капитала из «визуального», сегодня рассматривается как основа успешных оптовых и розничных торговых стратегий; Дж. Нельсон обращал внимание на возможность через проектную деятельность создать условия, для максимально удобного приобретения «украшенного существования»; Т. Мальдонадо сосредоточил внимание на возможностях дизайна индустриальным способом обеспечить связи формальных качеств внутреннего содержания и внешней формы; Дж. Понти, отдавал в сферу дизайна, мир новых и прекрасных форм

будущих цивилизаций. Как видим даже беглый обзор, позволяет еще раз подтвердить тезис о дизайне, как деятельности, где цели, задачи и границы формируются, уникальным авторским концептом и субъективным выбором контекстуальных связей. Такое отсутствие общепризнанных дизайнерским сообществом парадигм проектирования, есть главная особенность дизайн-деятельности, как таковой. Именно этот, культивируемый в течении всей истории институционального дизайна теоретический плюрализм, привел к «параллельности» профессиональных понятий и определений, способствовал аморфности научного пространства и спонтанности в выборе инструментария знания. Множественность конкурирующих между собой моделей организации фаз проектирования дизайн-продукта и концептуальных схем анализа реальных связей , дизайнакторов привели в теории и методологии дизайна к отрицанию самой возможности реального построения «единственно истинной модели» взаимодействия проектной триады: «субъект-объект-сфера». А семантическая линия в теории дизайна и герменевтическая проблематика трактовки «антропофеномена», к самой «неклассической фазе» развития профессии, когда свобода выбора любой теоретическо-методологической модели для описания, апробации и преобразования дизайн-действительности, есть не маргинальная форма творческой девиантности, а норма креативной самореализации.

Особенно очевидно это стало в начале двадцать первого века, когда, акцентировать внимание на фундаментальном противоречии «логического и эмоционального» в сфере дизайн-деятельности, стало не актуально, и «атомизация» профессиональных определений дефиниций «дизайн», «человек», «культура», и прочих обязательных для исследования терминов достигло максимального уровня « постмодернистского» разнообразия. И это закономерный этап где, глобализм как идеология, а глобализация, как процесс, способствовали очередной смены вектора в развитии дизайна. Поэтому, тезис о том что «…основной принцип модернизма состоит в том, что архитектор или дизайнер обязан заниматься образованием масс с высоты своего развитого вкуса, то постмодернистский архитектор или дизайнер учитывает разнородность своей аудитории классовую половую, возрастную и расовую» [2, с. 220], стал самым действенным маркером для теоретического обоснования методик коммерческого дизайн-проектирования, выхолащивая гуманитарную, прогрессивную роль дизайнера, как специалиста в высоким уровнем социальной ответственности.

Такой плюрализм в понимании и толковании дефиниции «дизайн», был вызван устойчивым ростом толерантного оптимизма, характерным для дизайнерского сообщества начала 2000 г. Времени когда, по словам Бивеса Хиллера, признанного английского дизайн-критика, главной дилеммой стало понимание культуры как формы потребления, или потребления, как содержания культуры. В своей книге «Стили XX века», после ретроспективного анализа он делает вывод: « или мы получаем удовольствие в потреблении и строим наши отношения с потребительскими товарами как позитивную возможность подчеркнуть собственную уникальность в водовороте перемен…или принимаем противоположную точку зрения, что как потребители мы всего лишь пассивные жертвы в продолжающемся капиталистическом заговоре», и добавляет, что: «последние годы тысячелетия выглядят яркими, не чувствуется беспокойства из-за порожденного спадом мрачного ощущения «конца света»… и у многих есть надежда, что моральные уроки полученные во время спада, не рассеются в лучах зари новой эры процветания» [2, с. 234].

Однако события последних лет и дней, а именно, когда «…все мы оказались перед лицом наступающего варварства, насилия и лжи» и далее, когда «…в этой ситуации чрезвычайно важно сохранить хотя бы остатки культуры и поддержать ценности гуманизма» [3], развеяли эти радужные, и столь многообещающие для развития дизайна ожидания. Именно ориентация на ценности гуманизма, актуализирует, казалось оставшуюся в «многовекторном» прошлом дизайна дискуссию, о содержании традиционных учебных дисциплин и методических клаузур по пропедевтике и проектированию. Ведь, при анализе учебно-методического дискурса в сфере учебного дизайн-проектирования, по-прежнему для многих преподавателей, отвечающих за эту дисциплину, в научно-гуманитарном обосновании, как минимум, открытым остается вопрос, какие законы, принципы и приемы оставить, как фундаментальную основу универсальной методики учебного дизайн-проектирования? И как максимум, на какую философскую картину мира и научную теорию социального знания опираться при формировании характеристик учебного дизайна, как специфического метода познания и созидания.

Кафедра коммуникативного дизайна ФСК БГУ в новой учебной программе по дизайн-проектированию для всех курсов, с 2-го по 5-ый [4], и построенной на теоретических и практических разработках видного теоретика отечественного дизайна , к. ф. н О. В. Чернышева, постаралась, ответить на этот вызов. Модернизированная и дополненная новыми

заданиями программа, ориентирована на синтез научно-философского подхода на основе диалектической концепции теории взаимодействия, и антропологических методов социо-гуманитарных исследований и компаративистских практик. По сравнению с типовыми программами других вузов, большее внимание в ней уделено дискурсу личного опыта и моральной ответственности преподавателя, за эмоциональную «нагруженность» заданий, их нравственное содержание, которое должно раскрыть творческий потенциал студента, не разрушая его личную автономию, сохраняя необходимый «эмоциональный комфорт», для возможности высказывания собственной позиции. Такая вариативность заданий по содержанию исследуемого проблемного поля, четкая форма презентации учебного проекта, создают терапевтическую атмосферу, где образовательный процесс, организуется как специфический «сервис», для творческой саморефлексии и анализа студентом своих креативных способностей и универсальных знаний, полученных в разной информационной среде. «Визуальная конкретность» и «семантическая неповторимость» учебных заданий, позволяет студенту при последовательном освоении практических материалов дисциплины, выработать главное умение для «безналогового проектирования», умение раскрывать «отличное, от само собой разумеющегося». Такой процесс, алгоритм которого четко структурирован по блокам (предпроектный и проектный), по фазам анализа-синтеза и конкретными по предмету исследования или презентации продукта этапами, способствует расширению культурного кругозора студента.

Важнейшим, задающим весь методический дискурс в этом процессе, становится первый этап, фазы предпроектного анализа. Этап «Ориентация в проблемной ситуации», который открывает для исследователя-дизайнера новые темы в диалоге с «миром вещей и людей», в том числе и травматического диалога о самых сложных морально-этических проблемах, на решении которых и концентрируется учебная практика. Этот диалог, явленный в наглядно-графической форме, охватывает последовательно все уровни объективного взаимодействия, от потенциальных возможностей и свойств знаков в сфере абстрактных отношения языка и сознания человека, до максимально развернутого «к миру» снятию действительных свойств вещи, предмета, объекта, события, явления процесса. Такая экспликация проблемы, позволяет последовательно проходя по иерархической структуре уровней взаимодействия, от предметно-личностного, через коллективно-профессиональный, к социально-общественному,

использовать для анализа противоречий, весь комплекс междисциплинарных компетенций и общеобразовательных знаний, сформированный в процессе обучения и воспитания. Схема ориентации увязывает в органическое целое, как объективные материальные носители, так и субъекта, уникального актора отношений и связей, а также учитывает изменения условий прохождения процесса – сферу взаимодействия. Анализ последовательность влияния языка, речи, мифа, метатекста, нарратива, на сущностные характеристики сферы взаимодействия формирует новое содержание противоречия, как «неявленной» противоположности в объеме понятии, как не раскрытого семантического горизонта. Ведь при поверхностном анализе проектной проблемы, который традиционно используется в методиках проектирования, как правило, не учитывается предельная важность «метафоричности» и «образности» значений гендерного языка, повседневного мема, форм анонимного кодирования смысла. Последующие этапы этой фазы, предпроектного анализа, в качестве исходных данных для исследования уже базируются, на выводах полученных при «распредмечивание» очерченных кризисных явлений, границ возможностей и горизонтов цивилизационных вызовов. Поэтому и выбор типа проектирования, и формулировка профессиональной задачи и определение принципа организации «материального дизайн-продукта» в зависимости от потребительской и рабочей функции, и исторический анализ способов решения противоречий, обуславливаются глубиной и системностью проведения ориентации в проблеме.

Поэтому, сегодня, когда дизайн, как метод, направлен на критическое переосмысление традиционных стереотипов понимания связи формы и функции, как утилитарно-рациональной пары, с позиций феноменологической перформативности, этоса постколониальности и критики архетипа и психоанализа телестности, учебный дизайн должен рассматриваться как концептуальное моделирование форм социальной инженерии и проекций современности в вещную форму. Это системное разрушение семантического стереотипа и визуального аналога, как символа чужого «мыслеобраза», есть самый верный путь к человеко-ориентированному и научно-философскому дизайну.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Чернышев О. В.* Дизайн-образование: новая модель профессиональной подготовки дизайнера. Мн. : Пропилеи, 2006.
2. *Хиллер Б.* Стиль XX века. М. : СЛОВО, 2004.

3. Электронный журнал «Горький». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gorky.media/reviews/filellinskaya-karta-opyta-i-oshhushhenij//. – Дата доступа: 05.12.2021
4. *Голубев В. В., Фролова Н. Ю.* Дизайн-проектирование № УД-9081/уч. Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности: 1-19 01 01 Дизайн (по направлениям) направления специальности: 1-19 01 01-04 Дизайн (коммуникативный) / В. В. Голубев, Н. Ю. Фролова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elib.bsu.by/handle/123456789/255235. – Дата доступа: 12.01.2022.

ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ 2-го КУРСА КАФЕДРЫ КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА

FEATURES OF TEACHING THE DISCIPLINE "DESIGN ENGINEERING" FOR 2nd YEAR STUDENTS OF THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION DESIGN

О. Е. Гопиенко
O. Gopienko

Белорусский государственный университет,
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: gopienko@bsy.by

В статье автор ставит своей задачей показать связь профессионального обучения в университете с уровнем подготовки выпускников школ и, соответственно, с уровнем подготовки выпускающихся специалистов.

Ключевые слова: дизайн-проектирование; практические навыки; профессиональное мировоззрение; системно-деятельностный подход; принципы опережающего проблемно-методологического проектирования; общеобразовательная культура.

In the article, the author aims to show the connection of vocational training at the university with the level of training of school graduates and, accordingly, with the level of training of graduates.

Keywords: design engineering; practical skills; professional outlook; system-activity approach; principles of advanced problem-methodological design; general educational culture.

Рассуждая об образовании в сфере творческих дисциплин, устоявшимся мнением абитуриентов является то, что в вузе они осваивают профессию как практические навыки и методы профессиональной коммуникации. Поэтому знакомство со специальными дисциплинами зачастую оборачивается «сюрпризом» для студентов, так как задачи и цели курса по «Дизайн-проектированию» в основном своём объёме это – аналитическая исследовательская работа.

На втором курсе студенты приступают к самой важной дисциплине своей специальности – к дизайн-проектированию. Этот год является настолько решающим для всего последующего обучения, а, возможно, и своего профессионального движения, что невозможно не отметить ряд постоянных проблем, встающих перед преподавателями.

В учебной программе «Дизайн-проектирования» указано, что целью дисциплины является:

- ознакомление с основными этапами в истории развития методики дизайн-проектирования;
- получение общей информации о достижениях теоретиков и практиков дизайна, их основных методах, закономерностях и средствах дизайн-деятельности (как совокупности специально трансформированных законов, принципов, правил, способов, приемов и норм научного, художественного и технического творчества);
- практическое воплощение в целостную систему профессионального мировоззрения, мышления, способностей, знаний, навыков и умений;
- освоение основных категорий проектирования, в основу которых положены принципы опережающего проблемно-методологического обучения, а также системно-деятельностного подхода к решению средствами дизайна важнейших задач современного развития материально-художественной культуры, предметно-пространственных комплексов, средств визуальной коммуникации и иных составляющих предметных условий жизнедеятельности человека и общества;
- обобщение сведений, полученных по другим дисциплинам, в контексте развития дизайна» [1].

Как говорится в программе, это способствует «формированию профессиональных знаний и умений, использованию теоретических знаний для обеспечения гармоничного соединения в проектной работе исторического и актуального, для создания системы фундаментальных и профессиональных знаний, умений и навыков у студентов-дизайнеров, которые они могли бы свободно и самостоятельно применять в практической дизайн-деятельности» [1]. То есть прослеживается приоритет формирования теоретических знаний для создания системы фундаментальных знаний.

Обобщим вышесказанное для обзора ключевых положений в целях дисциплины:

- история развития методик,
- совокупность законов, приемов и норм научного, художественного и технического творчества,
- практическое воплощение навыков в целостную систему профессионального мировоззрения,
- освоение (применение) принципов опережающего проблемно-методологического проектирования для решения средствами дизайна важнейших задач современного развития предметных условий жизнедеятельности человека и общества.

Как видно из вышеперечисленного списка большинство позиций относится к теоретической части области изучения.

Возвращаясь к проблеме искаженного понимания задач дисциплины учащимися, мы попытаемся проанализировать причины поверхностного подхода понимания специальности и предложить возможные шаги для сохранения высокой планки качества профессионального образования. Для этого необходимо отодвинуться во времени к периоду начала обучения в университете.

Нужно признать, что за красивой формулировкой программы стоит тяжелый практический труд по ее воплощению в реальную жизнь. Это работа с разноплановыми подростками, в основном, выпускниками наших школ. К моменту их знакомства с дизайн-проектированием, которое проходит на третьем семестре обучения, за их плечами стоит год пропедевтических дисциплин. Можно сказать, всего лишь год, но правильнее было бы – важный год базовых знаний. Конечно, большая часть поступивших ребят хоть и с трудом, но одолевают этот первый существенный этап. Однако постоянно находится и та часть людей, которым специфи-

ка обучения на кафедре коммуникативного дизайна оказывается не под силу или не интересной. Дальнейшее обучение для них становится всё более проблематичным, значительно теряется стержень мотивации. Перед кафедрой возникает необходимость кардинального пересмотра наличия таких незаинтересованных студентов, так как они существенно снижают темпы усвоения навыков и знаний не только для себя, но для всей группы или, даже, для всего курса.

У второкурсников позади стоит пройденный курс «Формальной композиции», который напрямую связан в своем развитии с усвоением азов проектирования. Теоретически кажется несложным перенести понятия и приемы композиции на платформу с более конкретными условиями воплощения своих идей. Здесь и кроется первый глобальный разрыв с действительностью. Оказывается, что весь методологический аспект композиции первого курса остается за пределами усвоения. В реальности основным компонентом принятия дисциплины является создание визуального графического ряда «угаданных» элементов. То есть практические занятия по композиции трансформировались в своеобразный «кружок художественного труда», имитирующий профессиональную работу. Это полностью противоположно по сути задаче и цели дисциплины – «системному изучению принципов и методов работы законов композиционного построения, а также умений использования композиционных средств для обеспечения гармоничного единства образно-выразительного и логического содержания и формы, материального и идеального в проектном решении» [2]. Иначе говоря, курс композиции предполагает взращивание мастера, а не подмастерья – человека исполняющего мелкую деталь проекта.

Каким же образом происходит формирование «мастера»? Обратимся опять к программе – это осуществляется путем прохождения некоторых задач, от простых к сложным, требующих *осмысленного участия* в создании собственного плана/метода по их решению. Повторимся – в умении создания *собственного метода*. Это очень важный момент в понимании того, что повторение, дублирование, имитация, пусть и очень добротного, аналога – не метод как таковой, а лишь рефлекторная функция живой сущности, как первая ступень проявления жизни на земле – зеркальное отображение утвердившегося положения для сохранения status quo. Этот этап мы (и многие другие существа) активно проходим в самом раннем возрасте, закрепляя эволюционные достижения в личном пути. Постепенно навык подражания вытесняется набором собственных приемов

в решении задач, а чаще всего – набором комбинаций закрепленных установок. Поэтому дублирование не может называться полноценным методом.

В поиске ответа на вопрос: как формируется творческая личность, приходится отодвинуться во времени назад – к истокам психологического развития ребенка.

Дети, как известно, прекрасные изобретатели и генераторы идей. Но очень рано они сталкиваются с четкими границами своей активности и постоянными запретами. Повсеместно приветствуется послушный покладистый ребенок, ребенок максимально точно следующий установкам взрослых. Однако трудно ожидать оригинальности от исполнителя устоявшихся приемов в более старшем возрасте. Для абсолютного большинства людей движение жизни в узнаваемых коридорах является необходимым и единственным способом самореализации, который, возможно, и обеспечивает общепланетарную стабильность. Однако, когда речь идет о дизайн-деятельности, связанной с инновациями, развитием, поиском новых решений, отбирается другой тип людей – чьи природные способности к изобретательности и созиданию будут востребованы. К окончанию средней или базовой школы этот тип подростков практически сформирован. Причем не обязательно видимым проявлением будет наличие яркого художественного или технического таланта, этот дизайнерский подход выражается различными способами в нестандартных решениях разных задач – умении организовать единомышленников, в создании коммуникационных проектов, в новых подходах решения устоявшихся связей.

Во время вступительной кампании при отборе студентов мы стараемся рассмотреть среди сотни абитуриентов «наших». В связи с большим количеством мест для обучения на первый курс в наш дизайнерский «невод» попадает широкий контингент желающих попробовать свои силы в сфере коммуникативного дизайна. И, как показывает практика, далеко не каждый поступивший подросток может обладать развитыми творческими способностями. Получается, факт зачисления в списки обучающихся является *возможностью* попробовать свои силы в формировании проектного подхода в своей деятельности. И не гарантирует получения важного профессионального навыка по умолчанию. Если первокурсник развивает свои творческие способности с нуля (речь идет не о художественном таланте), запас душевных и физических сил должен быть достаточным и очень прочным, чтобы подтянуться к уровню способного

сокурсника. Если же кто-то обладает дизайнерскими способностями, ему проще научиться придавать существующим талантам стройную систему координат, набор методических инструментов, позволяющих максимально продуктивно решать профессиональные задачи.

Из многолетнего опыта общения с абитуриентами можно вывести положение о том, что важным фактором становится наличие культурного бэкграунда студента. На первый план выходит вопрос о гуманитарной, а не профессиональной, зрелости: насколько подготовлен и мотивирован молодой человек в общеобразовательном плане – каков его кругозор, глубина усвоения общеизвестных направлений в современной культуре, его сферы интересов. Необходимость образовательной зрелости хорошо описано в статье *Дороти Ли Сэйерс (Dorothy Leigh Sayers)* 1947 года, посвященной проблемам образования, прекрасно относящееся к сегодняшней ситуации: «Современные выпускники школ являются самыми уязвимыми персонами в образовательном мире. В их арсенале аттестатов завидный список предметов, изучить которые в пределах программы им не под силу. Чтобы просто запомнить информацию, ребенку надо иметь достаточно хорошо организованное мышление. А оно к средней школе размыто потоками информации, которые никак не связаны между собой. То есть ребенок так и не получает и, соответственно, не может воспользоваться методом образования» [3].

То есть, по сути, для основы дальнейшего образования любого направления необходима качественная гуманитарная платформа усвоенных не просто знаний, а *приёмов* для формирования собственных идей. Следовательно, при оценке текущей ситуации в сфере образования можно констатировать, что мы подошли к точке выбора дальнейшего направления не только в дизайн-образовании. Этот выбор, как нам видится, состоит из нескольких вариантов:

а) сохранение текущего положения (удержание в стенах вуза всех учащихся несмотря на их способности и желание учиться);

б) жесткий поэтапный отбор студентов в процессе их обучения, соблюдение всех требований критериев по каждой профилирующей дисциплине в ущерб сохранения количества групп и учащихся, в пользу качества уровня высшего образования;

в) кардинальное изменение всей системы среднего школьного образования, а, лучше – включение изменений начиная с дошкольного образования.

В первом варианте, как мы наблюдаем, система вуза деформируется в среднее специальное учебное заведение, выправляя худо-бедно пробелы школьного образования;

Второй способ вполне возможен, он предполагает поддержание высокой степени доверия профессионализму преподавательского и руководящего состава, а также их морально-этическим качествам, так как в их сфере находится жесткий отбор в пользу сохранения высокого уровня качества навыков и знаний выпускников высших учебных заведений. Соответственно уровень профессиональной педагогической подготовки профессорско-преподавательского состава должен четко контролироваться в соответствии с прописанными критериями и подтверждаться определенными результатами профессиональной деятельности. Этот же механизм должен относится и к руководству вузов.

Третий вариант представляется неподъёмным. Сложность реализации заключается в вовлечении широкого диапазона сфер деятельности причем по всей стране, так как среднее и дошкольное образование у нас является всеобщим и охватывает практически 100 % детей. Именно устаревшая система подходов в образовании молодежи тормозит дальнейшее развитие. При самом поверхностном анализе задач школы, становится ясно, насколько близко она отвечает им или не отвечает: «Логично ожидать, что школа как общеобразовательное учреждение должна развивать общую грамотность, т.е. навыки, необходимые всем: чтение (умение находить, понимать и критически оценивать информацию), письмо (умение продуцировать и организовывать собственные мысли), а также математические навыки (умение логически мыслить и оперировать знаками). Неплохо было бы добавить сюда аудирование (умение слушать и понимать других) и речь (умение донести собственную мысль). [4, с. 24] <…> Однако если даже учащемуся предоставлены все предметы, в полном объеме и опытными педагогами, то все эти усилия могут пропасть впустую по другой причине: разобщенность предметов <…> чудовищна. <…> По свидетельству самих педагогов, предметы существуют независимо друг от друга, их содержание укладывается в головах учащихся в виде разрозненного и несистематизированного опыта, т.к. такой систематизирующий стержень обычно отсутствует и в учебных планах» [4, с. 30].

Тема проблем всеобщего среднего образования настолько обширна и актуальна, что является целью исследований и работы больших комиссий и отделов образования уже многие годы. Автор этой статьи ставит своей задачей лишь указать на связь профессионального обучения в уни-

верситете с уровнем подготовки выпускников школ и, соответственно, с уровнем подготовки выпускающихся специалистов. Поэтому именно путь глобальной перестройки стал бы прочным фундаментом для ключевого разворота в развитии как образования, так и всех отраслей общества в целом.

Исходя из требований современности, к обучающемуся ставятся высокие требования по усвоению многовекторного подхода. Преподаватели нашей кафедры считают, что именно такой уровень демонстрации связи проблем научно-технического прогресса и проблем социокультурного развития общества, с теорией и практикой дизайн-проектирования достойно представляет специалиста в области дизайна. Специалиста, осознающего исторические закономерности, связанные с пониманием места и роли научного знания и технического прогресса в общественной практике, особенно в динамике их взаимодействия на разных этапах исторического развития, влияния науки и техники на художественно-культурные процессы, роль научно-технической и информационной революции в современном мире. Теоретические знания дают будущему дизайнеру возможность получить профессиональное представление об обобщающих вопросах, связанных с особенностями развития дизайн-проектирования в процессе эволюции предметного мира и становлении духовной жизни общества. Это дает студенту возможность преобразования теоретических знаний о науке и технике в инструмент для дизайн-деятельности, как в процессе выполнения учебных заданий, так, и в профессиональном будущем. Таким образом, формирование и развитие профессиональных способностей дизайнера в процессе сознательного, творчески продуктивного анализа и синтеза многообразного предметного содержания разрешаемых в дизайне проблемных ситуаций и практическое воплощение данного предметного содержания в культурно значимую, эстетически ценную и художественно выразительную форму различных классов искусственных систем – является предметом настоящей дисциплины.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Голубев В. В., Фролова Н. Ю.* Дизайн-проектирование № УД-9081/уч. Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности: 1-19 01 01 Дизайн (по направлениям) направления специальности: 1-19 01 01-04 Дизайн (коммуникативный) / В. В. Голубев, Н. Ю. Фролова [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://elib.bsu.by/handle/123456789/255235. Дата доступа : 12.01.2022.

2. *Фролова Н. Ю., Чумакова О. В., Голубев В. В.* Формальная композиция: учебная программа УВО для специальности: 1-19 01 01-04 Дизайн (коммуникативный). № УД-10145 /уч. / Н. Ю. Фролова, О. В. Чумакова, В. В. Голубев [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://elib.bsu.by/handle/123456789/273568. Дата доступа: 15.01.2022.
3. *Сайерс Д. Л.* Собрание тревожных мыслей: Утерянные инструменты обучения: пер. с англ. Волковой Н. Л. // Виноград, 2008. №4. С. 16–21
4. *Короткина И. Б.* Академическое письмо: процесс, продукт, практика. М. : Юрайт, 2019.

ОБЗОР ИНСТРУМЕНТОВ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ЖИВОПИСИ НА КАФЕДРЕ КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА

REVIEW OF TOOLS AND MATERIALS FOR PRACTICAL STUDIES AT THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION DESIGN

Е. В. Дзюба
E. Dziuba

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: zhenya.dzuba@mail.ru

В статье описываются виды материалы и инструменты которые потребуются для курса «Живописи» на кафедре коммуникативного дизайна.

Ключевые слова: живопись; инструменты; акварель; коммуникативный дизайн; подготовка студентов; дизайн-образование; цвет; бумага; краски.

The article describes the types of materials and tools that will be required for the course “Painting” at the Department of Communication Design.

Keywords: painting; tools; watercolor; communication design; student training; design education; color; paper; paints.

При профессиональной подготовке студентов дизайнеров в вузе значительное место занимает практическая работа. В процессе любой практической работы требуются свои специфические инструменты. Наличие и владение этими инструментами во многом определяет итог работы, влияет на время и качество работы.

На кафедре коммуникативного дизайна БГУ, особенно на первых курсах много практической работы, которая требует работы с разными материалами. Не опытным первокурсникам трудно ориентироваться среди большого количества различных специальных инструментов и материалов. Надо отметить, что хорошие инструменты, дороги и нужно понимать, что в них особенного и можно ли их заменить более дешевыми или вообще не покупать.

Дисциплина «Академическая живопись» на кафедре коммуникативного дизайна отвечает за освоение базовых теоретических и практических знаний работы с цветом, формой и пространством для выполнения задач в учебном процессе и профессиональной деятельности. Работа поделена на этапы, при которых используются различные материалы. Студенты первокурсники испытывают затруднения с выбором материалов для работы на занятиях.

Основной материал при работе над живописью это краски. Основой краски являются пигменты, а в зависимости от связующего краски делятся на: акварель, гуашь, акрил, масло. Для учебных работ на живописи чаще используются акварель, гуашь, акрил, так как это материалы не требующие особой предварительной подготовки.

Акварель

Акварельные краски состоят из пигмента и связующего вещества (водорастворимые сложные углеводы: растительный клей, натуральный гуммиарабик с добавлением глицерина, сахара или мёда), они разводятся водой и легко смываются. «При растворении в воде образуют прозрачную взвесь тонкого пигмента, и позволяют за счёт этого создавать эффект лёгкости, воздушности и тонких цветовых переходов» [1, с 34]. Для любых акварельных красок есть основные параметры которые помечаются на этикетке особыми символами (Прил. 1, рис. 1).

1. Это наименование цвета, у каждого производителя своя шкала.

2. Состав – пигменты. Именно от пигмента зависит качество и цена краски. Они обозначаются буковкой *P – Pigment*. Все что написано после этой буквы – это цвет и номер пигмента. Цвета прописываются первой буквой на латинице. Основная классификация пигментов:

PW – белый/*White*
PY –желтый /*Yellow*
PO – оранжевый/*Orange*
PR –красный /*Red*
PV – фиолетовый/*Violet*
PB – синий/*Blue*
PG – зеленый /*Green*
PBr – коричневый /*Brown*
PBk – черный/*Black*

Зная какие пигменты входят в состав краски, вы сможете предугадать как поведет себя цвет при смешивании. Иногда выкраски цветов на палитре выглядят идентично, но имеют разный пигментный состав и при смешивании с другим цветом дадут различные оттенки. Одно пигментные цвета дадут более яркие и чистые смеси.

3. Светостойкость обозначается звездочками (*), отвечает за сохранение первоначального цвета на поверхности бумаги под длительным воздействием света. Чем больше звездочек на краске, тем выше её светостойкость. Это имеет особое значение, когда студент готовит работу для экспозиций.

Уровни светостойкости краски:

– *not lightfast* (не светостойкая);
* *less lightfast* (слабая светостойкость);
** *limited lightfastness* (ограниченная, небольшая);
*** *lightfast* (светостойкая);
**** *good lightfastness* (хорошая светостойкость);
***** *extremely lightfast* (отличная светостойкость).

4. Укрывистость краски – обозначается на этикете квадратиками. Укрывистость – это способность краски к непрозрачному покрытию поверхности. По этому признаку краски делятся укрывистые, полупрозрачные и прозрачные. Чем больше закрашен квадрат, тем выше укрывистость краски. Прозрачные краски хорошо подходят для лисеровок и светлых участков, кроющими обычно пишут тёмные детали.

5. Окрашивание – обозначается треугольником.

Белый – не окрашивающая

Черно-белый – полу-окрашивающая

Черный – окрашивающая

Это значит, если на этикетке изображен черный треугольник, то степень окрашивания очень высокая, и при смывке и притирании, пигмент въестся в бумагу, и вымыть цвет будет практически невозможно. Иногда, вместо треугольников можно увидеть арабские цифры – 1, 2, 3, 4, с градацией от не окрашивающей до сильно окрашивающей.

6. *Грануляция – G.*

Грануляция краски – проявление частиц пигмента на бумаге, создавая неоднородные слои. На этикетке она обозначается буквой *G*. Иногда дополнительно приписывают *N (no)* – нет, *Y (yes)* – возможна.

В продаже представлены акварельные краски различных производителей и разного ценового диапазона. Краски завода художественных материалов «Невская палитра» наиболее знакомы нам , так как этот производитель многие годы являлся основным поставщиком профессиональных красок .

Для задач выполняемых студентами, лучше всего подходят акварельные краски *«Белые ночи»* (завод «Невская палитра»), это оптимальный вариант цена-качество, яркие профессиональные пигменты, шикая палитра цветов, умеренная цена. Акварель «Белые ночи» выпускаются в наборах, тубах, и отдельные кюветы, для учебного процесса наиболее удобны наборы – «Белые ночи» в пластиковой коробке (24 кюветы), другие наборы серий тоже можно использовать, так как сами кюветы с краской везде одинаковые только коробки и количество цветов разные. Если покупка набора вам кажется дорогой можно приобрести отдельные кюветы необходимых цветов и работать с ними.

Краски *«Сонет»*, так же производятся заводом «Невская палитра», относятся более низкому сегменту, краски ученические, ниже по цене, в работе сильно уступают профессиональной серии «Белые ночи» по яркости и прозрачности. Их можно использовать скорее как дополнительные в декоративной работе, но не как основные.

В настоящее время появились еще акварельные краски российского производства фирмы *«Pinax»*, краски хорошего качества. Производитель использует корейские пигменты, максимальная концентрация пигмента позволяют получать цвета с высокой прозрачностью, чистотой и насыщенностью цвета. Имеют приемлемую для студентов цену. Краски прекрасно смешиваются и идеально подходят для всех акварельных техник.

Можно приобрести краски и других производителей: краски корейские – *MIJELLO, Shinhan Premium PWC* хорошего качества, но несколько выше по цене. Или европейских производителей –*VAN GOGH,*

Rembrandt, Winsor & Newton, – эти акварельные краски отличного качества, при их производстве при производстве учитываются как многовековые европейские традиции, так и инновационные идеи. Сильно дороже по цене.

Гуашь.

Для более декоративных задач в живописи, студенты используют гуашь.

Гуашь – водорастворимая, почти непрозрачная, плотная краска. Укрывистость этой краски связана со значительным количеством пигмента в составе, по отношению к содержанию связующего вещества. Классический состав гуаши: пигмент, гуммиарабик , белила или каолин. В отличие от акварели, имеет более плотную текстуру, благодаря чему отлично подходит при перекрытии более темных оттенков светлыми.

Гуашь бывает художественная , плакатная и для детского творчества. Для работы студентов на дисциплине живопись и цветоведение подходит гуашь художественная.

Художественная гуашь имеет высокую кроющую способность и яркий насыщенный цвет. Все эти качества делают гуашь живописным материалом большого декоративного звучания.

Плакатная гуашь, используется для оформительских работ, более кроющая, что достигается заменой белил каолином, который меньше разбеляет краску, и делает ее плотной и звучной. Краски гуаши красивы, ярки и хорошо растворяются в воде. За счет своих свойств идеально подходят для равномерного покрытия большой поверхности. Но в настоящее время этот вид гуаши менее востребован, плакаты чаще печатаются, и поэтому её реже встретишь в продаже.

Маркировка художественной гуаши идентична акварели, на этикетке указывается вид гуаши – художественная или премиум (профессиональная), пигмент, светостойкость(звездочкой или буквами).

В магазинах представлено много производителей гуаши, можно приобретать этот материал опираясь на свой бюджет и обязательную маркировку–художественная. Для работы на живописи, композиции, цветоведении отлично подойдёт художественная гуашь *«Мастер класс»* (Невская палитра).

Бумага.

Один из сложнейших пунктов выбора материалов для живописи это бумага. От выбора бумаги очень сильно зависит итог вашей работы, особенно для акварели, даже хорошие и яркие пигменты пожухнут если бумага плохого качества. К сожалению даже бумага с пометкой акварель-

ная не гарантирует вам, что она хорошая и подходит для акварельной живописи. Именно бумага – залог качественной живописи.

У бумаги есть несколько важных параметров: *цвет, рельеф поверхности – фактура, толщина – плотность, состав*.

Цвет бумаги. На первый взгляд любая акварельная бумага – белого цвета, но в сравнении видно, что есть листы молочного оттенка (естественно-белого цвета), а есть те, белый цвет которых отдает синевой (экстра белый цвет). Выбор цвета бумаги зависит от ваших личных предпочтений, на качество работы не повлияет.

Фактура бумаги (рельеф поверхности). Художественная бумага, как правило, бывает трех видов – крупнозернистая, мелкозернистая и гладкая. Всё зависит от того, как бумага была спрессована на производстве.

Крупнозернистая бумага (*torchon* или *rough grain*) получает свою фактуру путем высыхания без предварительного отжима, она идеальна для выразительных ярких мазков, крупных деталей, пейзажей, но не очень подойдет для графических работ с тонкой детализацией (Прил. 1, рис. 2.).

Мелкозернистая бумага (*grain fin*) получается под холодным прессом и имеет слабо выраженную текстуру. Самая подходящая для начинающих акварелистов, удобно прорабатывать большие поверхности и тщательно прописать детали.

Гладкая бумага горячего прессования (*satin*) хороша для иллюстраций и работы с деталями.

Плотность (толщина). Измеряется она в граммах на квадратный метр и варьируется от 150 г/м^2 до 800 г/м^2 (для художественных работ). Выбор толщины бумаги зависит от поставленных и техники выполнения. Более толстая бумага лучше впитывает воду и меньше деформируется. Оптимальный вариант, для начинающих студентов, акварелистов, бумага плотностью 250–300 г/м^2, так как даже от большого количества воды она не идет волнами, позволяет работать в несколько слоев.

Состав – следующий пункт в выборе бумаги.

Бумага бывает *целлюлозная, смешанная целлюлозно-хлопковая, 100 % хлопок, бамбук* (похожа на целлюлозную). Бумагу с определенным составом подбирают под определённые задачи.

Самая распространенная и доступная бумага для живописных техник и акварели – из 100 % целлюлозы. Такая бумага хорошо держит цвет (цвет остается насыщенным), больше подходит для лисировок и техник

с полным высыханием цвета. Но благодаря не высокой цене позволяет студентам без страха экспериментировать, добиваясь интересных решений поставленных живописных задач. Для дисциплины живопись на первом курсе очень подойдёт целлюлозная бумага. Также она отлично подходит для работы гуашью.

100 % хлопковая бумага больше подходит для профессиональной акварельной живописи, позволяет писать в несколько слоев и хорошо впитывает воду, но некоторые виды хлопковой бумаги вместе с водой впитывают и пигмент краски. Чтобы добиться более насыщенного цвета работы придется покрывать нужное место несколько раз. Хлопковая бумага очень дорогая, требует высоких навыков в работе.

Смешанная целлюлозно-хлопковая бумага. Как правило, это хлопок с целлюлозой в разных соотношениях. В составе могут быть также волокна бамбука или льна, а иногда даже разных видов древесины. Эта бумага совмещает свойства своего состава и вполне подходит для студенческих работ, в «сырых» и «сухих» техниках, имеет умеренную цену.

На первых занятиях дисциплины «Академической живописи» студентам понадобиться бумага форматов А3 и А2. Удобнее покупать бумагу листами А2 формата (420×594мм) (сейчас некоторые производители делают европейски не стандартный формат 50×70 см, тоже подойдет) и резать на меньший если есть такая задача. Можно покупать и формат А1 и тоже его резать на нужный. Лучше в начале купить по листу разных производителей, что бы понять какая вам больше подходит. Цены на бумагу значительно разнятся и зависят, от технологии изготовления и бренда. Могу посоветовать для первых занятий бумагу для акварели:

- *«Гознак»* – Бумага рисовальная марки ‘А’ (А1/610×860 мм, плотность 200 г/м^2) (на мой взгляд тонковата) для первого занятие можно, но в дальнейшем рекомендую бумагу толще.
- Производитель *Лилия Холдинг* – Бумага рисовальная 50% хлопок А2 (300 г/м^2) .
- *Waterfall* А2 бренда Малевичъ плотность 300 гр/м^2.
- Бумага для акварели *«White Swan» Torchon Малевичъ*, 250 г/м^2, 50×70 см., 10 % хлопка. (Лучше всего подойдет для работы на первом курсе). Производитель *Hahnemuhle* Бумага для акварели *Veneto* (325 г/м^2, 50×65 см) дорогая, лучше использовать когда уже появиться некоторые навыки.

Следующим важным инструментом в живописи являются кисти.

Кисти

У кистей есть также различные параметры: *состав* (натуральный и синтетический ворс), *размер, форма*.

Традиционно для изготовления кистей используют волос разных животных, кисти из натуральных волос пушных животных хорошо удерживают воду и пигмент, используются в работе с акварелью и гуашью.

Соболь. Эластичный, хорошо впитывающий пигмент материал. Восстанавливает исходную форму после высыхания. При надлежащем уходе модели из собольего меха служат долго.

Белка. Мягкий материал из тонких ворсинок, вбирает много влаги, подходит для растушевки, создания размытых штрихов. Из беличьего меха делают риггеры, кисти для размывки.

Шерсть крупного рогатого скота. Толстый, упругий ворс поглощает много краски. В сравнении с моделями из собольего меха такие кисточки менее эластичные.

Козья шерсть. Используется для изготовления больших кистей для размывки.

Верблюжья шерсть. Ворсинки отличаются малой эластичностью. Принадлежности из них плохо восстанавливают первоначальные контуры. Шерсть верблюда обычно используется для производства бюджетных моделей для детского творчества.

Свиная щетина. Не формирует тонкий кончик, жесткая, упругая. Из нее делают инструменты для снятия излишков красителя или для создания текстурированной поверхности.

Синтетический ворс делают из таклона, нейлона, полиэфирного волокна. Модели из синтетических волокон – практичный, недорогой, самый долговечный вариант.

Размер кисти маркируется номером. У плоских моделей номер означает ширину кончика (обычно в пределах 2–18 мм с шагом 2 мм), у круглых кистей – диаметр крайнего сегмента ворсистой части (обычно в пределах 0–20 мм с шагом 1 мм). От формы кисточки зависят очертания мазка. Основные формы кистей круглые и плоские:

Круглые. С сечением в виде окружности. Удерживают пигмент в большом объеме. Разная длина ворсинок в середине и по краям приводит к формированию заостренного кончика.

Плоские. Вбирают много пигмента. Подходят для закрашивания обширных областей.

Есть ещё более специализированные подвиды круглых и плоских кистей: контурные, «кошачий язык», шрифтовые, ретушные, контурные, линейные, веерные. При выборе кистей, для студентов основные параметры будут – состав и размер.

Для работ по живописи я рекомендую:

1. Белка натуральна круглая(можно белка имитация), размер № 8. Для крупных элементов и основной работы акварелью.
2. Кисть плоская широкая синтетика или коза, размер 25 мм или 30 мм. Такая кисть понадобится для смачивания и покрытия цветом больших поверхностей.
3. Синтетика круглая № 5, для проработки мелких элементов.
4. Синтетика № 2, для очень мелких элементов.

Это основной, минимальный набор, который вы сможете использовать на всех дисциплинах связанных с цветом. Вы можете разнообразить этот минимум по своим желания и возможностям.

Сейчас очень много видов синтетических кистей и имитаций, технологии сильно продвинулись эти кисти довольно хорошего качества, но я все же рекомендую иметь для работы хотя бы одну натуральную беличью кисть размера № 8 или более, и одну колонковую № 1 или № 2.

При покупке тщательно ощупывают ворс, проверяя его способность восстанавливать форму, не вылезать из патрона.

Конечно, на практических занятия на кафедре коммуникативного дизайна студентам понадобятся разные инструменты, материалы и приспособления, описанные выше – это базовые. Подбирать дополнительные можно опираясь на свой опыт, интерес, бюджет и рекомендации преподавателя конкретной дисциплины.

Самый главный совет при выборе художественных инструментов и материалов – перед походом в магазин, самостоятельно ознакомиться с основными параметрами нужных вам инструментов, не полагаться полностью на советы консультанта в магазине, это позволит приобрести нужный, качественный инвентарь, сэкономить время и деньги.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Батталини Т.* Рисуем акварелью. От азов мастерства к тончайшим нюансам. [пер.с итал.]. М. : Эскимо, 2007 г.

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ АРХИТЕКТОНИКИ ОБЪЕМНЫХ ФОРМ БУДУЩИМ ДИЗАЙНЕРАМ ИНТЕРЬЕРОВ

KEY ASPECTS OF THE METHODOLOGY OF TEACHING ARCHITECTONICS OF VOLUMETRIC FORMS TO FUTURE INTERIOR DESIGNERS

Д. Д. Жуков
D. Zhukau

Полоцкий государственный университет
Новополоцк, Республика Беларусь
Polotsk State University
Novopolotsk, Belarus
e-mail: d.zhukau@psu.by

В статье рассматриваются ключевые аспекты методики преподавания учебной дисциплины «Архитектоника объемных форм» студентам специализации «Дизайн интерьеров». В общем и целом методика себя оправдывает. В то же время требуется улучшение теоретической части дисциплины, прежде всего для ее тесной увязки с практической частью и гармонизации с дисциплиной «Теория и методология дизайна» (с 2022/2023 учебного года – дисциплина «Теоретические основы дизайн-проектирования»).

Ключевые слова: архитектоника; архитектоника объемных форм; дизайн предметно-пространственной среды; дизайнер интерьеров; теория; практическая работа

The article discusses the key aspects of the methodology of teaching the academic discipline «Architectonics of Volumetric Forms» to students of the specialization «Interior Design». In general, the methodology justifies itself. At the same time, improvement of the theoretical part of the discipline is required, primarily for its close linkage with the practical part and harmonization with the discipline «Theory and Methodology of Design» (from the 2022/2023 academic year, the discipline «Theoretical Foundations of Design»).

Keywords: architectonics; architectonics of volumetric forms; design of the subject-spatial environment; interior designer; theory; practical work.

С 2016 г. автор данной статьи, являясь инженером-строителем по базовому образованию, архитектором по аттестату доцента и дизайнером по десятилетнему опыту работы со студентами-дизайнерами в Белорусской государственной академии искусств, начал преподавать учебную дисциплину «Архитектоника объемных форм» будущим дизайнерам интерьеров в Институте современных знаний имени А. М. Широкова (г. Минск), а с весеннего семестра 2017/2018 учебного года преподает ее студентам той же специализации в Полоцком государственном университете.

Упомянутые три профессиональные ипостаси побудили автора искать оптимальную форму и содержание архитектоники объемных форм как дисциплины, которая позволяет студентам научиться художественно-образной организации объектов дизайна с позиции одновременно дизайнера, архитектора и инженера. Отражая таким образом сущность дизайна как бифункционального архитектонического искусства с его гармонией утилитарного и эстетического.

В результате сформировалась в некоторой степени авторская методика преподавания архитектоники объемных форм применительно к специализации «Дизайн интерьеров». Ниже рассматриваются ключевые аспекты методики.

Учебно-методическим базисом дисциплины выбрано учебное пособие по дисциплине «Архитектоника» И. М. Коновалова [1], который разработал положения адаптированные к тем требованиям, которые требуется будущим дизайнерам интерьеров.

Прежде всего им требуется избежать путаницы между основополагающими понятиями «архитектоника», «архитектоника объемных форм», «тектоника» и «композиция», которая встречается в образовательном процессе вследствие неодинаковых трактовок этих понятий разными преподавателями в рамках отдельных дисциплин. В немалой степени эта неодинаковость вызвана терминологическим диссонансом, имеющим место в литературных источниках.

Если говорить о теории рассматриваемой дисциплины в целом, стоит заметить, что студенты специальности «Дизайн интерьеров» зачастую отвергают ее, похоже, и на уровне бессознательного по причине чрезмерной сложности и запутанности. Тем более что адресованных именно им теоретических изысканий пока нет. Выходит, в глазах студентов теория архитектоники объемных форм – это одно (и оно вряд ли необходимо), а соответствующая практическая часть – это другое (с чем

можно смириться как с одним из вариантов подхода к моделированию и макетированию).

Начинать обучение архитектонике объемных форм логично с постижения студентами сути основополагающих понятий для начала в упрощенной, схематичной, а потому с ходу понимаемой трактовке. С тем чтобы затем, после осмысления и обсуждения этих своего рода терминоидов, в значительной степени самостоятельно приблизиться к более или менее точному определению обозначаемых ими понятий, превратив терминоиды в термины. Схематичные определения могут быть следующими:

- архитектоника (как принцип создания художественного произведения) – главенствующий принцип: 1) композиционного построения художественного целого, 2) установления связей между его частями;
- архитектоника объемной формы (как принцип создания художественно выразительной объемной формы) – главенствующий принцип: 1) композиционного построения целостной в художественном отношении объемной формы, 2) установления связей между ее частями; этот принцип визуально проявляет себя через членение объемной формы на части и их соотношение;
- тектоника (как внешнее проявление конструкции формы) – художественное выражение конструкции объемной формы, в первую очередь несущей части конструкции;
- композиция (как внешнее проявление формы) – единство и целостность визуальных характеристик художественного целого, а также объемной формы; композицией называют как процесс решения композиционных задач, так и его результат.

Разумеется, дать предельно точные определения столь сложным понятиям, тем более относящимся к искусству с его во многом иррациональной сущностью, невозможно. Но возможно идти ко все более глубокому пониманию рассматриваемых понятий, в первую очередь архитектоники объемных форм, постепенно обогащая изложенные схематичные определения новыми деталями.

В этом плане интересен один из примеров видения взаимосвязи архитектоники, композиции и тектоничности. В статье В. Г. Власова автор представляет тектонику в качестве «выражения на поверхности формы ее внутренней конструкции (функциональной структуры) посредством различного рода членений и подразделений», а архитектоника – «об-

щей выстроенности композиции» [2, с. 8]. При этом автор уточняет, что «архитектоника выражает художественно-образный смысл формы, т. е. преобразует формальное качество конструктивности в тектоничность, а тектоничность – в смысловую целостность»[2, с. 5]. К этому стоит добавить, что конструкция получает материальное воплощение в результате использования определенной технологии.

Из вышесказанного следует, что единственно правильным в рамках учебной дисциплины «Архитектоника объемных форм» является совместное проведение интегрированных друг в друга лекций и практических занятий, когда студенты понимают, для чего им нужна «заумная» теория, и приобретают навыки ее использования на практике.

Разрыв же между теорией и практикой в случае архитектоники объемных форм, утвердившей себя в известном смысле практико-ориентированной дисциплиной, влечет за собой очевидные негативные последствия. В подобной ситуации студенты выполняют практические задания в лучшем случае по наитию; без привлечения теоретического арсенала у них не получается вразумительно объяснить себе и другим свои решения, тем более исчерпывающим образом и грамотно их описать. Неслучайно поэтому иные дипломированные дизайнеры раз за разом создают интерьеры, которые не подпадают под определение дизайна как архитектонического искусства.

А ведь истинным дизайнерам интерьеров предначертано служить проводниками как раз такого искусства. Поучительны слова М. С. Кагана: «…в дизайне, как и в самой архитектуре, архитектоническая связь элементов образа независима от какой-либо изобразительной их функции и оказывается главным, если не единственным, выразительным средством» [3, с. 293]. Значит, будущему дизайнеру необходимо научиться, в первую очередь практически, умело пользоваться этим важнейшим выразительным средством.

Добавим еще, что архитектоническая сторона дизайн-объектов обусловливается их конструктивно-технологическим решением, которое, в свою очередь, разрабатывается исходя из их функции. Отсюда и раздвоение методов дизайнерского формообразования, требующее активного взаимодействия рациональной и иррациональной сторон мышления дизайнера.

Что касается конкретно дизайна интерьеров, он отличается решением проектно-художественных задач, которые нацелены на достижение гармоничного единства таких разнохарактерных слагаемых предмет-

но-пространственной среды, «как архитектурное пространство (архитектурное слагаемое), предметный комплекс (дизайнерское слагаемое) и атмосфера среды (эмоционально-эстетическое слагаемое)» [4, с. 34]. Притом в случае дизайна предметно-пространственной среды идет проектирование как объекта, например интерьера, являющегося совокупностью архитектурного пространства с предметным комплексом, так и атмосферы среды. Последняя должна вызывать у зрителя адекватное упомянутой совокупности настроение и поведение. И дизайнерам интерьеров назначено ее творить и за счет художественно осваиваемых объемных форм.

Уместен вопрос: какие именно объемные формы следует рассматривать с позиции соответствующей архитектоники, изучаемой будущими дизайнерами интерьеров? Учитывая три слагаемых предметно-пространственной среды, на этот вопрос можно ответить так: и с дизайнерскими (во-первых), и с архитектурными (во-вторых). Разумеется, дизайнерам интерьеров как ближайшим партнерам архитекторов и архитекторов-дизайнеров надо хорошо понимать особенности архитектоники зданий и сооружений.

С практической точки зрения «архитектоника объемных форм – это в значительной степени художественно-образная организация таких форм для выражения социокультурных смыслов» [1, с. 16].

В Полоцком государственном университете автор внедрил в учебный процесс пять известных ему по деятельности в Институте современных знаний практических работ по следующим темам:

1. «Бионическая форма» (Прил 2, рис. 1);
2. «Трансформируемая форма» (Прил 2, рис. 1; 2);
3. «Язык материала (линия)» (Прил 2, рис. 3);
4. «Язык материала (плоскость)» (Прил 2, рис. 3);
5. «Язык материала (объем)» (Прил 2, рис. 3).

С 2022/2023 учебного года архитектоника объемных форм будет преподаваться в течение одного семестра, а не двух, как было раньше. В связи с этим предполагается объединить пары работ: вторую с третьей и четвертую с пятой. В весеннем семестре 2021/2022 учебного года студенты Полоцкого государственного университета в качестве эксперимента получили усложненное задание по теме «Язык материала (линия)» на разработку трансформируемой формы из проволоки.

Указанные практические работы, в т. ч. экспериментальная, выполняются поэтапно. В идеале предусмотрено семь этапов. Фактически,

в зависимости от конкретных обстоятельств, отдельные этапы могут объединяться или выполняться в урезанном либо упрощенном виде.

1-й этап – обдумывание задания, выбор и анализ прототипа новой формы. Прототип – это творение природы (насекомое, ракообразное, растение и т. д.), рукотворный реальный или придуманный кинематографический функциональный объект и т. п. Анализируются функции, конструктивное строение, материально-вещественного воплощение и другие значимые особенности прототипа, которые относятся к решаемым согласно заданию задачам.

2-й этап – поиск проектно-художественной идеи новой объемной формы, разработка эскизов. Идея в виде эскизов разрабатывается на основе результатов анализа прототипа. Важный момент – новая форма должна быть универсальной, т. е. рассчитанной на применение уже в виде конкретных функциональных объектов разных габаритов в интерьере и под открытым небом, в т. ч. на другой планете, реальной или придуманной. Приветствуется разработка нескольких эскизных предложений.

3-й этап – изготовление небольшого поискового макета новой формы из материала, который легко обрабатывается, но не является материалом для создания экспозиционного макета. Это, как правило, пластилин, мягкая проволока, бумага, картон. Поисковый макет показывает наиболее обобщенное решение новой формы, соотношение ее частей и связи между ними.

4-й этап – изготовление небольшого поискового макета новой формы из материала, который будет применен для создания экспозиционного макета. Этот поисковый макет, сделанный на основе формы первого поискового макета, показывает обобщенное объемное и материальное решение новой формы.

5-й этап – разработка графической модели экспозиционного макета новой формы в масштабе 1:1. Данная модель показывает, как будет выглядеть экспозиционный макет, и позволяет рациональным образом сделать его элементы и создать из них конечное изделие.

6-й этап – изготовление экспозиционного макета новой формы. В процессе этого этапа готовятся и обрабатываются материалы; изготавливаются отдельные элементы, из которых собирают, составляют, спаивают, сшивают или склеивают конечное изделие (варианты соединения элементов не возбраняется сочетать); дорабатываются его фрагменты,

элементы, узлы; выполняется его чистовая обработка и, если необходимо, окраска, оклейка или иная финишная отделка.

7-й этап – экспонирование. Экспозиция должна полно и красиво отражать всю работу по заданию.

Особыми частями практических работ являются пояснительные записки (в бумажном или электронном виде), объем каждой – 4 страницы формата А5. В записках помимо прочего приводится описание художественно-образного решения новой формы с указанием ее авторского названия и показом прототипа, схематические чертежи новой формы в трех проекциях, описание технологии изготовления новой формы с показом фотографий, полихромные изображения и краткие описания двух вариантов возможного использования новой формы в виде готового изделия – в интерьере и под открытым небом. Пояснительные записки очень трудно даются большинству студентов-дизайнеров, но при этом сравнительно хорошо развивают их проектно-художественное мышление.

В общем и целом представленная в общих чертах методика преподавания архитектоники объемных форм будущим дизайнерам интерьеров себя оправдывает. Нередко бывает, что они занимаются выполнением практических заданий с неподдельным интересом и увлеченностью. В то же время требуется улучшение теоретической части дисциплины, прежде всего для ее тесной увязки с практической частью и гармонизации с дисциплиной «Теория и методология дизайна» (с 2022/2023 учебного года дисциплина «Теоретические основы дизайн-проектирования»).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Коновалов И. М.* Архитектоника [+CD] : учеб. пособие. Минск : Современные знания, 2011.
2. *Власов В. Г.* Архитектоническая форма в изобразительном искусстве, архитектуре и дизайне: единство методологии, типологии и терминологии. // Архитектон: известия вузов № 43 / Сентябрь 2013. С. 5–18.
3. *Каган М. С.* Морфология искусства. Историко-теоретическое исследование внутреннего строения мира искусств. Л. : Искусство, 1972.
4. *Шимко В. Т.* Архитектурно-дизайнерское проектирование. Основы теории (средовой подход) : учебник. 2-е изд., доп. и исправл. М. : Архитектура-С, 2009.

КОРОТКОЕ ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ «СОЦИАЛЬНЫЙ ПЛАКАТ» В РАМКАХ ДИСЦИПЛИНЫ «ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ»

A SHORT CREATIVE TASK «SOCIAL POSTER» AS PART OF THE DISCIPLINE «DESIGN-PROJECT»

Н. Г. Ковш
N. Kovsh

Белорусский государственный университет Минск
Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail:kovsh@bsu.by

В статье рассмотрены особенности выполнения студентами короткого творческого задания «плакат» на социальную тему, формулируются основные принципы его создания.

Ключевые слова: социальная проблема; дизайн-образование; дизайн; плакат; идея; степень выразительности.

The article discusses the features of students' performance of a short creative task "poster" on a social topic, formulates the basic principles of its creation.

Keywords: social problem; design education; design; poster; idea; degree of expressiveness.

Занимаясь профессиональной деятельностью, дизайнер, в какой бы сфере он ни трудился, довольно часто сталкивается с проблемой так называемых «горящих сроков», когда выполнение проекта ограничено жесткими и достаточно сжатыми временными ограничениями. Что касается графического дизайна, то эти сроки могут сводиться даже к одному или нескольким дням. При изучении вакансий дизайнера, размещенных на специализированных сайтах, очень часто в списке требований работодателя можно встретить такое как – высокая скорость работы и оперативное решение поставленных задач. Для того, чтобы немного подготовить будущих дизайнеров к таким условиям реальности (в том числе и морально), целесообразно в течение учебного процесса периодически выдавать студентам учебные задания, предполагающие короткие сроки для их выполнения. Одним из таких заданий является выполнение

плаката на заданную тему в начале осеннего семестра на третьем курсе, рассчитанногона 12 часов аудиторного времени и необходимой самостоятельной работы в течение двух недель.

В начале выполнения задания оговариваются технические требования как для печатного изделия: формат А2, вертикальная ориентация документа, цветовая модель *CMYK*, разрешение файла *250 dpi*. Итоговый вариант работы выполняется на компьютере в графических редакторах *Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Indesign*.

В качестве темы для такого задания можно предложить социальный плакат, где выбор направлений достаточно широк – от экологических проблем до проблем борьбы с различного рода зависимостями. Дополнительным стимулом для студентов может служить организация конкурса или выставки по итогам выполненных работ.

Социальная тематика не случайна, поскольку деятельность дизайнера должна быть прежде всего направлена на решение жизненно важных проблем, о чем не раз упоминал в своей книге Виктор Папанек: «...важнейшей способностью дизайнера является его умение осознавать, выявлять, определять и решать проблемы» [1, с. 105]. К социальным проблемам относятся ситуации и вопросы, прямо или косвенно влияющие на человека и, которые с точки зрения значительной части общества, являются достаточно серьёзными и требующими коллективных усилий по их преодолению.

Посредством социального плаката дизайнер привлекает внимание общественности к насущным проблемам, способствует формированию новых полезных привычек у людей, побуждает к нужному действию (или наоборот – отказу от негативного действия). По сути, такой плакат является инструментом изменения отношения человека ко всему окружающему миру и способствуют формированию социально значимых свойств и качеств человека.

Целевая аудитория социального плаката – это люди разного возраста, пола и сфер деятельности. Главная задача и основная сложность создания такого плаката – затронуть каждого зрителя на эмоциональном уровне, остаться в его памяти и вызвать ответную реакцию. «Мозг расценивает важность информации, основываясь на единственном критерии оценки – силе эмоциональной реакции, которую вызывает информация. Чем сильнее эмоция, тем более ценной считается информация, независимо от ее содержания, и тем лучше она запоминается... независимо от того, хочет человек ее запоминать или нет.» [2, с. 109] Чтобы добить-

ся необходимого воздействия на эмоциональное состояние и сознание зрителя, при разработке социального плаката необходимо учитывать ряд базовых принципов:

1. Однозначность толкования.

При создании социальной рекламы недопустимы любые отступления от основной мысли, которую необходимо донести. «Основная идея должна быть выражена ясно, доходчиво и непротиворечиво» [3, с. 16]. Даже если используется аллегория или метафора, она должна понятно доносить смысл. Главное – это отразить саму суть послания. Для этого нужно найти основную выразительную визуальную составляющую и сопровождающий ее яркий, емкий текстовый комментарий в виде слогана.

2. Актуальность.

Социальный плакат – это беспристрастное отражение действительности. Поэтому он должен быть точным, честным и злободневным. Он должен стать призывом к действию для устранения проблем, побуждать человека и общество в целом, начать изменения здесь и сейчас.

3. Лаконичность.

Чем проще визуальный образ, тем быстрее его восприятие, чем короче слоган, тем быстрее его прочтение. Поэтому общая лаконичность этих двух составляющих определяет яркость и выразительность плаката, служит его запоминаемости и, как следствие – его непосредственному участию в направлении решения обозначенной социальной проблемы. Как писал *Бруно Мунари* «...у людей нет времени останавливаться на улице, изучать плакат, прикидывать как он соотносится с их внутренним миром... Коммуникация должна быть точной и происходить немедленно» [2, с. 46].

4. Соотношение визуальной и текстовой составляющих.

При работе над композицией любого плаката, в том числе и социального, необходимо помнить о трех вариантах пропорционального соотношения изображения и текста. Первый вариант: главным является изображение, оно выходит на первый план, является доминирующим и несет основной смысловой посыл. Текстовая часть в данном случае служит подкреплением либо уточнением мысли. Второй вариант: главным выступает текст, когда основной акцент – это текстовый блок, шрифтовая композиция, а изображение уходит на второй план либо служит фоном, поддерживающим элементом. И третий вариант: баланс изображения и текста – представляет собой сочетание визуальной состав-

ляющей и текстового блока в приближенных пропорциях либо степени выразительности, при этом они, взаимодействуя на равных, дополняют и обогащают друг друга. При этом композиция должна отражать логику художественного выражения. Каждый изобразительный элемент должен указывать на главное и группироваться вокруг него, демонстрировать развитие сюжета и быть связанным с содержанием. Не должно быть ничего случайного и лишнего, необходимо добиваться гармонии изображения и смысла.

Определенные сложности возникают в процессе «придумывания» основной идеи плаката, формулировке слогана и поиске изобразительных средств, которые соберутся в цельный образ, необходимый для психологического воздействия на зрителя путем обращения к его интересам, памяти, восприятию и эмоциям. Можно отметить, что изучение такого предмета как «психология» в какой-то степени способствует решению этой задачи, помогает не скатиться к шаблонности и избежать штампов в ходе поиска проектного решения. При воплощении смысловой идеи, студенты закрепляют на практике базовые знания, полученные при изучении таких дисциплин как «формальная композиция», «цветоведение и колористика», «шрифты» и «типографика». Таким образом, можно утверждать, что при выполнении этого учебного задания поддерживаются и развиваются междисциплинарные связи.

Также можно отметить творческую составляющую выполнения этого задания, начиная от свободы выбора темы плаката в заданном направлении и заканчивая авторским воплощением замысла. Некоторые из них предлагаю вашему вниманию – это плакаты, посвященные борьбе с наркотиками (Прил. 3, рис. 1–6) и плакаты на экологическую тему (Прил. 3, рис. 7–14). Результат, как правило, не у всех одинаково удачный, но всегда есть интересные работы, выполненные на достаточно хорошем профессиональном уровне.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Папанек В.* Дизайн для реального мира.; пер. с английского. М. : Издатель Д. Аронов, 2004.
2. *Ценев В.* Психология рекламы. Реклама, НЛП и 25-й кадр. СПб. : Речь, 2007.
3. *Кудин П. А., Ломов Б. Ф., Митькин А. А.* Психология восприятия и искусство плаката. Москва : Плакат, 1987.
4. *Мунари Б.* Дизайн как искусство.; пер. с итал. Москва : Издатель Д. Аронов, 2020.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛЕКЦИОННОГО КУРСА ПО МЕТОДИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИЗАЙНА КОСТЮМА И АКСЕССУАРОВ

IMPROVING THE LECTURE COURSE ON THE METHODOLOGY OF TEACHING THE DESIGN OF COSTUMES AND ACCESSORIES

В. С. Козябо
V. Kaziaba

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: kafedramoda@mail.ru

В статье описываются направления в совершенствовании лекционных курсов при преподавании дизайна одежды для студентов профильных учебных заведений. Рассматриваются основные аспекты работы со студентами специальности «дизайн костюма и аксессуаров».

Ключевые слова: лекционный курс; дизайн; коллекции одежды; проектирование; фэшн-дизайнеры; мода; фэшн-индустрия.

The article describes the directions in improving lecture courses when teaching fashion design for students of specialized educational institutions. The main aspects of teaching students of the specialty “costume and accessories design” are studied.

Keywords: lecture course; design; clothing collections; design; fashion designers; fashion; fashion industry.

Проблема усовершенствования преподавания дизайна одежды и аксессуаров достаточна разносторонняя. Однако главная цель преобразований состоит в том, чтобы обеспечить новое качественное практико-ориентированное обучение специалистов, создавая при этом условия для ускорения подготовки кадров. Каждый день создаются новые методики по подготовке студентов, но, по моему мнению, в первую очередь необходимо преобразовать уже известные методики и технологии обучения под современный уровень образования.

В процессе работы со студентами применяются такие формы занятий как лекции, семинарские, практические и лабораторные работы. Однако в первую очередь необходима перестройка именно лекционного курса, так как лекция на сегодняшний день является одной и из основных форм подачи материала на занятиях в высших учебных заведениях. Эта форма обучения представляет из себя систематическое, последовательное изложение преподавателем определенных вопросов курса. Но нельзя забывать, что даже во время лекций желательно применять практико-ориентированный подход, особенно для творческих специальностей.

Непременным условием подготовки к лекциям является знание самой аудитории, всех ее основных особенностей, так как на одних и тех же курсах, но различных потоках, студенты будут отличаться как по характеру подготовки, так и психологии. Соответственно на первом занятии обычно происходит знакомство с аудиторией, а уже затем выбор методик проведения последующих учебных занятий. Стоит отметить, что методически неправильным является стремление некоторых преподавателей подчеркнуть перед студентами свое «превосходство» в определенной науке, давая материал усложненным языком. Также нецелесообразным будет чересчур упрощенное изложение лекционного материала. Студенты должны знать терминологию, понимать ее и объясняться с ее использованием. Поэтому на лекциях необходим язык взаимного понимания, в ином случае материал лекции просто не будет восприниматься студентами.

Методика проведения лекций складывалась на протяжении многих лет, и обладает рядом определенных достоинств, поэтому при совершенствовании курса необходимо опираться на уже сложившиеся основы, выбирать лучшее и добавлять новое, совершенствуя уже известное. Чаще всего используются традиционные формы проведения лекций – вводные, обзорные, обобщающие и т.д. Однако сегодня все чаще стали внедрять новые формы изложения лекционного материала – бинарные, лекции-конференции, проблемные [1, с. 387].

Рассматривая предлагаемые методики проведения лекций, можно выделить следующие основные положения современной методики преподавания:

1. Информативный метод изложения информации. Данный метод удобен для начитки материала студентам, но при его использовании отсутствует творческая работа непосредственно самих студентов. При работе со студентами творческих специальностей, в нашем случае ди-

зайнеров одежды, использование только данного метода недопустимо. То есть необходимо применять методы, стимулирующие творческую активность будущих дизайнеров.

2. Метод проблемного изложения материала, то есть в данном случае используется проблемный, исследовательский и эвристический методы. Перед студентами ставится определенная проблема, которую необходимо решить в процессе лекции. Используется не просто описательное изложение материала, а студентами вычленяются основные проблемы изучаемой темы, и происходит активная включенность студентов в учебный процесс. В процессе обучения студент не только воспринимает материал, но и размышляет, решает поставленные проблемы, а соответственно становится активным участником занятия.

3. Практико-ориентированный метод изложения материала. Данной методики от нас в первую очередь требует современность. Так как учебные заведения должны выпускать специалистов высокого уровня, которые могут сразу приступать к работе. На лекциях данный метод применять затруднительно, однако, когда студенты к каждой лекции изучают дополнительную литературу, выполняют определенные задания – достигается соответствующий результат. Так как после изучения материалов при самостоятельной работе, в процессе лекции есть возможность задать интересующие вопросы.

4. Дискуссионный метод позволяет также развить творческий потенциал студентов, дает возможность поиска и изучения дополнительных материалов, новых решений, сопоставление различных точек зрения и выработки собственной позиции. При использовании данного метода в процессе лекции задействована практически вся аудитория.

Достичь соединения данных методик в одну возможно по средствам использования технических средств обучения, а именно применение компьютерных технологий, использование интерактивных средств обучения, образовательных платформ.

Важным аспектом в совершенствовании лекционных курсов является проведение выездных занятий и встречи с представителями профессиональной сферы во время лекций.

Данные методики применимы для лекционных курсов любых специальностей. Лекционные курсы для студентов кафедры дизайна моды и аксессуаров не исключение. Тщательно разработанная тематика заданий в рамках практико-ориентированных учебных дисциплин (дизайн проектирование, конструирование швейных изделий и аксессуаров) на-

правлена на формирование у студентов-дизайнеров при создании коллекций одежды стойкого понимания профессии [2, с. 392].

Во время занятий для дизайнеров одежды удобна форма проведения выездных занятий в условиях конкретных производств. Так как студенты погружаются непосредственно в атмосферу предприятий и видят процесс изготовления изделий вживую от эскиза до выхода готового изделия. Имеют возможность задать интересующие их вопросы специалистам на предприятии.

Также, исходя из практико-ориентированного обучения, применяется работа с конкретным заказчиком. Выполняя такие задания, студенты будут вынуждены ориентироваться на реальные запросы конкретного потребителя. Таким образом, процесс проектирования заданной модели должен быть выполнен в полном соответствии с этапами производственного цикла на реальных условиях: создание эскиза, подбор конфекционной карты, конструирование и моделирование, изготовление образца модели, составление технической документации [3, с. 104]. Во время лекций подробно разбираются правила работы с клиентом, затем прорабатывается материалы по заказу, а уже на практических занятиях выполняется непосредственно сам заказ.

Во время лекционного курса студентам ставятся определенные задачи, которые в процессе учебного занятия необходимо решить. Широко применяются интерактивные технологии, в частности проводятся занятия с использованием САПРов (системы автоматизированного проектирования). Для проведения лекций постепенно внедряются образовательные платформы, в частности для проведения лекционных занятий используется образовательный портал БГУ, в основном студентами, которые не могут присутствовать на занятиях лично.

При проведении ряда учебных лекционных занятий, ориентируясь на практику, студентам показывают варианты практического применения знаний – выполнение различных узлов изделий, выполнение зарисовок и т. д. После чего студенты самостоятельно выполняют образцы, с последующим закреплением полученных знаний на практических занятиях. Все лекционные занятия взаимосвязаны с практическими работами. Также для повышения уровня подготовки специалистов в сфере дизайна одежды и аксессуаров на кафедре дизайна моды преподаватели постоянно совершенствуют методики обучения, разрабатывают авторские программы, электронные учебно-методические комплексы, которые направлены на более эффективную работу студентов. Большим плю-

сом на кафедре является тот момент, что все преподаватели являются практикующими специалистами сферы дизайна моды, а следовательно могут поделиться со студентами личным опытом в процессе обучения.

Проводимый таким образом лекционный курс, строится с учетом системы непрерывного образования, дает возможность студенту раскрыть себя и дает возможность лучшего усвоения материала, а соответственно и подготовке высококвалифицированного специалиста.

Сегодня образование подчинено главной цели – подготовка образованного, высококвалифицированного, творчески ориентированного специалиста, который на практике способен принимать решения, решать поставленные задачи и создавать новый продукт.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Авдеюк, О. А.* Совершенствование форм и методов преподавания дисциплин студентам первого курса при переходе к новым стандартам образования. Молодой ученый. 2012. № 5 (40). С. 387–389.
2. *Козябо, В. С.* Подготовка дизайнеров в сфере fashion-индустрии Республики / Беларусь Актуальные проблемы гуманитарного образования : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 22–23 окт. 2020 г., Белорус. гос. ун-т ; редкол.: С. А. Важник (гл. ред.) [и др.]. Мн : БГУ, 2020. С. 390–393.
3. *Кадиева, Н. В.* Особенности профессиональной подготовки дизайнеров костюма в условиях современного высшего профессионального образования / Вестник ТГПУ. 2015. № 7 (160). С. 102–106.

«РУКОВОДСТВО ПО ГРАФИЧЕСКОМУ ДИЗАЙНУ» А. ХОФМАННА: ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

"GRAPHIC DESIGN MANUAL" BY A.HOFMANN: BASIC PROVISIONS

О. И. Соскова
O. Soskova

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: ssoskowa@gmail.com

Статья представляет собой обзор восьмого издания книги Армина Хофманна «Руководство по графическому дизайну. Принципы и практика».

Ключевые слова: графический дизайн; транспозиция; трансформация; композиция; сетка; точка; линия; конфронтация; знак.

This article is an overview of the eighth edition of Armin Hofmann's book, The Graphic Design Guide. Principles and Practice".

Keywords: graphic design; transposition; transformation; composition; grid; dot; line; confrontation; sign.

«Руководство по графическому дизайну. Принципы и практика». Армин Хофманн, восьмое издание, 2021 год. Издательство *Braun Publishing AG*, Саленштайн, Швейцврия [1]. Это исправленное издание, впервые опубликовано в 1965 году. Издание сразу на трёх языках: немецком, французском, английском. Демонстрирует методический подход к проблемам графического дизайна от зачатков к сложным процессам, анализ изобразительных и формальных элементов, в ходе чего извлекается правило: знания приобретаются после логической обработки материала, спонтанной работы с эмоциональным оттенком и работой на интеллект. Таким образом концептуальное мышление визуализируется.

Книга может быть использована в качестве методического пособия в сфере дизайн-образования, при подготовке специалистов областей дизайна, объекты деятельности которых, связаны с визуальными коммуникациями. С серией поэтапных упражнений студенты смогут ознакомиться самостоятельно, т.к. отсутствуют специфические понятия, требующие

ретрансляции от посвящённого лица.

Ровно ¾ книги представляют собой иллюстративный материал с краткими текстовыми пояснениями по поводу техники исполнения и процессов взаимодействия визуальных компонентов конкретного изображения. Базовые компоненты - графические категории следующего порядка: точка, линия, противопоставление (конфронтация), буквы и знаки. Разного рода манипуляции с данными категориями раскрывают их потенциальные свойства, которые могут быть направлены на управление эмоциональным и интеллектуальным восприятием. Материал осваивается путём выполнения транспозиционных упражнений с натуры, которые помогают сгенерировать образ для визуальной коммуникации потребителя с продуктом (логотип, упаковка, плакат) из определённой сферы.

Идея точки имеет широкий смысл. Все плоские фигуры замкнутой формы могут быть описаны как точечные. Увеличение размера точки является недостаточной трансформацией для перехода в разряд других элементов. При малых её размерах отпадают вопросы о конфигурации.

Вся техника графического воспроизведения основана на точке. Точка обладает излучающей способностью. Возникает игра сил взаимодействия точки и фона. Пассивная плоскость фона может стать агрессивной, что зависит от месторасположения точки в конкретном случае. В системе из двух точек фон приобретает второстепенное значение. Действуют силы вдоль линейной траектории, при необходимости разрезая формат. Слияние способно образовать новые точечные структуры с замкнутым потоком сил, например, треугольник, а также разнообразие формулировок: вертикальные и горизонтальные ряды, сетки, эффекты группировки и рассеивания. Трансформация точки в плоскую поверхность и пространственное расширение не затрагивает её природы. Дополнительное измерение приводит к увеличению структуры сил и усилению активности. Особое значение имеет сочетание плоских поверхностей и объёмных элементов, переходу от двухмерного к трёхмерному проектированию в конкретных условиях.

В упражнениях с точками связующую роль выполняет линия. Связь эта воображаема, если точки удалены друг от друга. Физическая линия представляет собой множество точек, которые не опознать, т. е. видимый след движущейся точки. Точка являет собой базовый элемент, элемент структуры, от которого зависит линия, в свою очередь несущая функцию построения. Простейшая конфигурация линии – вертикальная или горизонтальная сетка. Тонкие линии с постоянным интервалом создают

сплошной серый эффект. Выключение линий из сетки можно интерпретировать как образование новых линий другого качества. Две прямые чёрные параллельные линии образуют белую третью между ними. Отношение отрицательного к положительному – важнейшая форма противопоставления, возникающая автоматически, как побочный продукт. Возможны простые процессы, в которых линия не меняет своей природы: увеличение расстояния, изменение толщины линии, наклон. Если линия утолщена по отношению к длине, она превращается в плоскую поверхность. Чтобы возникло адекватное поле действия цвета линии, нужна определённая её толщина. Становясь чрезмерно тонкой, чёрная линия сереет. Чем тоньше белая линия на чёрном фоне, тем она ярче.

Глубина восприятия может быть достигнута через категорию противопоставления (конфронтации) и выражена следующими отношениями: много-мало, горизонтальное-вертикальное, динамичное-статичное, светлое-темное. Объединение противоположных компонентов всегда плодотворно. Органично сочетать разрозненные ценности графических систем – основная задача.

Письмо – чистое средство коммуникации, основанное на линейных геометрических знаках по принципу взаимосогласия. Необходимо умственное усилие, чтобы извлечь сообщение из неизвестных знаков. Картинка – неотъемлемое сообщение, излучает движение, значение тона и формы – силы, вызывающие отклик. Сочетание изображения и текстовой записи – проблема противопоставления противоположностей, требующая творческого решения.

Перейдём к физическим данным издания. Приятно наличие свободных белых областей на каждом развороте, которые можно задействовать под личные записи, например, дополнительный перевод.

На странице 50 в английской версии пояснения к изображению 2, есть подозрение на опечатку: «smouth surface» вместо «smooth surface».

Хочется обратить внимание на нумерацию страниц: знаки, по внутренним ощущениям, располагаются неестественно близко к нижнему краю листа, со смещением к левому краю страницы, вероятно, чтобы совпадать с линией выключки второго столбца текста, который встречается редко, чтобы это сразу обнаружить, от чего возникает желание выровнять нумерацию, например, по центру страницы. В случае расположения нумерации изображения в нижнем левом углу левой половины разворота, то на долю секунды её можно принять за нумерацию страницы.

Формат книги стандартный, ориентация книжная. Габариты

250×212×20 мм. Вес 870 г. Обложка твёрдая. Присутствует ляссе. Объём 200 страниц. Бумага достаточно плотная, белого цвета. Вся книга имеет чёрно-белое исполнение, даже там, где изображение по тексту пояснения предполагает наличие цвета. Сторона обложки, которая чаще всего оказывается на столе, белого цвета, что не очень практично по причине её быстрого загрязнения. Лицевая сторона обложки чёрного цвета с изображением композиционного этюда с буквой «і».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Hofmann A.* Graphic Design Manual : Principles and Practice. – Salenstein : Braun Publishing AG, 2021.

ТЕХНОЛОГИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДА ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В РАМКАХ ДИСЦИПЛИНЫ «ОБЪЕМНО-ПЛАСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ»

TECHNOLOGY OF IMPLEMENTING THE EXPERIMENTAL SHAPING METHOD WITHIN THE DISCIPLINE OF VOLUMETRIC-PLASTIC MODELING

Т. П. Сычёва
T. Sychova

Белорусская государственная академия искусств
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State Academy of Arts
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: sytania@bk.ru

В статье представлена технология реализации метода экспериментального формообразования для студентов направления специальности «Дизайн (объемный)». Раскрывается цель метода, его задачи и условия реализации. Дано описание процессуальной части метода с указанием целей, задач и результатов каждого этапа.

Ключевые слова: экспериментальное формообразование; объемная композиция; преобразование формы; промышленный дизайн; выразительность формы.

The article presents the technology of implementing the method of experimental shaping for students of the specialty “Design (volumetric)”. The purpose of the method, its tasks and conditions of implementation are disclosed. The description of the procedural part of the method with the objectives, tasks and results of each stage is given.

Keywords: experimental formation; volumetric composition; transformation of form; industrial design; expressiveness of form.

Учебный процесс подготовки дизайнеров по направлению специальности «Дизайн (объемный)» в рамках дисциплины «Объемно-пластическое моделирование» направлен на приобретение обучающимися знания о типах форм, о способах, методах и средствах пластического моделирования, о закономерностях объемно-пластического формообразования. Перечисленные знания важны в практической работе будущих специалистов, а также позволяют дизайнерам находить неординарные решения в области формообразования объектов предметного мира.

Экспериментальное формообразование рассматривается как целенаправленный процесс поиска оригинальных объемно-пластических решений в заданных условиях. Также экспериментальное формообразование является самостоятельным направлением в дизайне, которое обладает двойственной функцией, заключающейся, с одной стороны, в развитии и активации творческого потенциала дизайнера и, с другой стороны, непосредственно участвующего в проектном поиске [1].

Концентрация на целесообразности формы объекта снижает степень влияния художественно-образных и эмоциональных факторов, именно по этой причине сугубо рациональный подход к проектированию приводит к стагнации формотворчества. Многолетняя педагогическая практика показала, что, решая сложные проектные задачи и находя креативные компоновочные, конструктивные и функциональные решения, обучающиеся сталкиваются с трудностями на этапе создания актуальной формы.

Следовательно, для поиска новых пластических решений и образной выразительности формы, возникает необходимость в применении методов обучения, направленных на экспериментальное формотворчество, в процессе которого функциональные и конструктивные требования не воспринимаются как ограничивающие факторы, а свойства материалов и технологии их обработки служат орудием вариативности пластических решений объемных форм.

Возникновение новых методов экспериментального формообразования в промышленном дизайне связано с освоением инновационных материалов и технологий, поиском новых смыслов и средств их выражения, потребностью в прогнозировании будущего.

В контексте исторического развития теории и методологии дизайна рассматриваются различные подходы и методы экспериментального формообразования:

- технологический подход в формообразовании – эксперименты с материалами и технологиями их обработки;
- комбинаторное формообразование;
- метод стандартизации через принципы формирования систем в природе;
- метод алгоритмизации формообразования при помощи программного обеспечения – моделирование кода формы.

Цель представленного метода заключается в развитии объемно-пространственного видения обучающихся, а также в освоении новых способов создания образа и пластики объектов промышленного дизайна, с учетом закономерностей гармонизации объемной композиции и формообразующих приемов и средств.

Метод экспериментального формообразования направлен на поиск нестандартных образно-пластических решений, а также на увеличение вариативности этих решений. Специфика метода позволяет актуализировать знания из курса дисциплины «Композиция» и включать дополнительные условия, направленные на освоение приемов и средств формообразования, закономерностей и средств гармонизации объемных форм.

По своей структуре метод экспериментального формообразования складывается из приема ассоциативной аналоги и практического метода материального моделирования.

Методическая цель – усвоить основные пластические приемы формообразования, продемонстрировать взаимодействие функционального назначения с пластической организацией формы объекта.

Перед обучающимися ставится задача по выявлению объемно-пластической выразительности формы через преобразование абстрактной объемной композиции в функциональный объект.

Условия для проведения метода:

Работа должна выполняться после того как обучающиеся ознакомятся с теоретическим материалом, раскрывающим суть, условия и требования задания.

Первоначальные этапы процесса создания абстрактной объемной композиции не должны быть привязаны к функциональному объекту, это позволит пресечь влияние ассоциативного ряда. Если обучающемуся будет заранее известен функциональный объект, то непроизвольно представление об этом объекте будет влиять на характер формы абстрактной объемной композиции.

Процессуальная часть метода формируется из трех этапов:

Первый этап – аналитико-поисковый. На первом этапе обучающемуся необходимо осуществить подбор и анализ иллюстративного материала, состоящий из объектов промышленного дизайна, архитектуры, аналогов природного мира и абстрактных объемных форм. Подобранные аналоги должны отвечать на поставленную задачу и соответствовать выражаемой характеристике. Анализ иллюстративного материала проводится путем графического выявления особенностей аналога с целью актуализации знаний с последующим применением их на практике.

Основываясь на результатах проведенного анализа аналогов разрабатываются эскизные варианты абстрактной объемной композиции, по которым выполняются поисковые макеты.

Так, например, если перед обучающимися поставлена методическая задача изучить типы пластических приемов моделирования объемных композиций на примере геометрической, скульптурной и смешанной пластики, то аналитико-поисковый этап проводится по всем трем направлениям.

Результатом первого этапа являются: анализ аналогов (Прил. 4, рис. 1), эскизный поиск и поисковый макет (Прил. 4, рис. 2).

Второй этап – корректирующий. На втором этапе проводится оценка поисковых макетов первого этапа на соответствие поставленным требованиям, вносятся предложения по исправлению и доработке.

Корректирующий этап позволяет обучающимся проанализировать полученный результат, установить причины несоответствия, усложнить формообразование, исправить неудовлетворяющие пластические решения при помощи второго поискового макета.

Методически второй этап позволяет выявить уровень усвоения теоретического материала, качество проведенного анализа аналогов, а также выработать корректирующие действия для достижения желаемого результата.

Результатом второго этапа является поисковый макет с внесенными изменениями.

Третий этап – контрольный. На заключительном этапе обучающимся необходимо интегрировать пластические приемы абстрактной объемной композиции в базовую конструкцию и компоновку предлагаемого функционального объекта.

Для успешной реализации контрольного этапа моделирования необходимо провести анализ функционального объекта с целью выявления пропорциональных закономерностей элементов объекта, эргономических и конструктивных особенностей. Если на первых двух этапах обучающиеся были ограничены только задачей выразить характер пластики, или же применить средства гармонизации объемной композиции, то на третьем этапе требуется учитывать эргономические, функциональные и конструктивные особенности функционального объекта.

Методически контрольный этап направлен на выявление и демонстрацию синтеза формы, функции и конструкции объекта.

Результатом третьего этапа является поисковый макет функционального объекта с выраженными пластическими характеристиками абстрактной объемной композиции первого и второго этапа.

Методология экспериментального формообразования позволяет выполнять задачи, направленные на отработку различных композиционных принципов гармонизации объемной формы. Данный метод может быть использован для подготовки специалистов в области «Дизайна изделий бытового потребления» (Прил. 4, рис. 3), «Дизайна средств производства и транспорта» (Прил. 4, рис. 4).

Представленный метод экспериментального формообразования апробируется с 2018 г. на кафедре промышленного дизайна Белорусской государственной академии искусств. Эффективность метода отражается в последующем обучении студентов, которые показывают высокие результаты при разработке объектов промышленного производства в рамках дисциплины «Дизайн-проектирование». Обучающиеся, выполнявшие задания по экспериментальному формообразованию, в дальнейшем демонстрируют развитое объемно-пространственное видение, владение навыком соподчинения всех элементов формы и их пропорционирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Федорова Т. Ю.* Экспериментальное формообразование в дизайне : автореф. дис. ... к-та иск. : 17.00.06 ; МГХПА им. С. Г. Строганова. М., 2011.

РАЗДЕЛ 2
ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ И ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ГРАНИЦЫ СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОВОРОТА

DISCIPLINARY BOUNDARIES OF THE SEMANTIC TURN

Х. С. Гафаров
H. Gafarov

Белорусский государственный университет,
Минск, Республика Беларусь,
Belarusian State University,
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: hassangafarov@gmail.com

Статья посвящена проблеме дисциплинарных границ семантического поворота. Осуществляя так называемый семантический поворот, известный теоретик дизайна Клаус Криппендорф стремится провести чёткие границы между семантическим подходом и близкими к нему дисциплинами и подходами, традиционно связанными с теорий и практикой дизайна, такими, как семиотика, когнитивные науки, эргономика, эстетика, функционализм, маркетинг и текстуальный подход. Критика Криппендорфом граничащих с семантическим подходом дисциплин основана как на «отрицающей», так и на «позитивной рецепции» авторитетов; позитивно-воспринимаемые авторы формируют канон литературы по проблемам семантического поворота.

Ключевые слова: семантический поворот в дизайне; семиотика; когнитивные науки; эргономика; эстетика; функционализм; маркетинг; текстуальный подход.

The paper tells about the problem of disciplinary boundaries of the so-called semantic turn. Through the semantic turn, design theorist Klaus Krippendorff sets boundaries between the semantic approach and closely related disciplines and approaches, which are traditionally associated with design theory and practice, such as semiotics, cognitive science, ergonomics, aesthetics,

functionalism, marketing, and textual approach. Krippendorff's critique of the close to the semantic approach disciplines is based on both "negative" and "positive reception" of authorities. Positively perceived authors form the canon of literature on the problems of the semantic turn.

Keywords: semantic turn in design; semiotics; cognitive sciences; ergonomics; aesthetics; functionalism; marketing; textual approach.

Введение

Клаус Криппендорф (*Klaus Krippendorff*), профессор кибернетики, языка и культуры Школы коммуникации Анненберг Университета Пенсильвании, в своей программной работе «Семантический поворот. Новое основание дизайна», провозгласил начало семантического поворота в дизайне [1], который, между тем, как отметил известный британский теоретик дизайна Брюс Арчер (*Bruce Archer*) в предисловии к этой книге, является не просто *поворотом*, но, скорее, *сдвигом парадигмы*, поскольку у Криппендорфа речь идёт о радикальном разрыве с предыдущей традицией дизайна. Криппендорф обосновывает новую теорию дизайна и призывает дизайнеров осознать необходимость перехода от стандартов индустриального дизайна к требованиям дизайна постиндустриальной эпохи.

Важным моментом в концептуализации новой теории дизайна современного общества, с точки зрения Клауса Криппендорфа, является дистанцирование нового, семантического подхода как от предшествующих подходов, так и от ряда дисциплин, традиционно связанных с теорий и практикой дизайна, таких как (1) семиотика, (2) когнитивные науки, (3) эргономика, (4) эстетика, (5) функционализм, (6) маркетинг, (7) интертекстуальность (или, как его называет Криппендорф, текстуализм)[1]

Семиотика vs семантический поворот

Наиболее близким к семантическому подходу Криппендорфа является семиотический подход, который со времён Ульма является обязательным элементом пропедевтики дизайна. Криппендорф призывает не смешивать эти два подхода, поскольку семиотический подход отвлекает внимание дизайнеров от значения артефактов и смещает акценты на отношения между знаками и их референтами, между означающим и означа-

[1] Противопоставление авторов, нарративы которых определяются Криппендорфом как относящиеся к индустриальной эпохе, и авторов, которые в своих нарративах стремятся преодолеть ограниченность такого подхода, имеет смысл для формирования нового канона текстов, релевантных для академической подготовки компетентного дизайнера.

емым. Криппендорф подвергает критике концепции таких классических авторов семиотической традиции как Фердинанд де Соссюр (*Ferdinand de Saussure*), Чарльз Сандерс Пирс (*Charles Sanders Peirce*), Чарльз Уильям Моррис (*Charles William Morris*), Макс Бензе (*Max Bense*), Томас Шебёк (*Thomas A. Sebeok*), Элизабет Вальтер-Бензе (*Elisabeth Walther-Bense*), Луис Хорхе Прието (*Luis Jorge Prieto*), Мартин Крампен (*Martin Krampen*), Жан Бодрийяр (*Jean Baudrillard*), Умберто Эко (*Umberto Eco*), противопоставляя им идеи Джона Стюарта (*John R. Stewart*) [2], Ролана Барта (*Roland Barthes*) [3], Мишеля Фуко (*Michel Foucault*) [4; 5] и Грегори Бейтсона (*Gregory Bateson*) [6].

Криппендорф выдвигает ряд критических соображений, позволяющих более четко разграничить его собственный семантический подход и общепринятую семиотическую теорию. Он отмечает, что семиотика (1) основана «на допущении онтологии двух миров», (2) исключает участие человека в создании значений, (3) стремится избежать многозначности истолкования, (4) ограничена статическими описаниями, классификациями и таксономиями, (5) предполагает существование рационального консенсуса.

Опираясь на работу Джона Стюарта, Криппендорф подчёркивает, что, поскольку семиотика основана на допущении онтологического дуализма, в сфере дизайна увлечение семиотикой приводит к «претенциозной семиотизации», а, следовательно, к обману пользователей, в то время как семантический подход следует нерепрезентативной концепции значения, способствующей созданию артефактов, самоочевидных для пользователей, и поддержке естественных и надежных человеческих интерфейсов.

Вторым существенным моментом семиотического подхода, делающим его, по Криппендорфу, непригодным для использования дизайнерами, является исключение человека из процесса создания значения артефактов и сокрытие социальной конструируимости последних. По его мнению, хотя семиотическая теория со времён Чарльза Морриса признает значение пользователей знаков, делает она это чисто формально, тогда как семантический подход исходит из осознания того, что человеческий мир создан человеческим участием, благодаря, в том числе, и деятельности дизайнеров.

Кроме того, Криппендорф отмечает, что семиотика имеет постоянные проблемы с многозначностью исследуемых явлений и опытом множественных интерпретаций, поскольку семиотики не обращают вни-

мания на то, что обоснованность семиотических теорий вытекает из эффективности социальных институтов, на что и указывают Роланд Барт и Мишель Фуко.

Существенным недостатком семиотики, по Криппендорфу, является и то, что она довольствуется статическими описаниями, классификациями и таксономиями, хотя формально ещё со времен Пирса оперирует понятием «семиозиса».

И, наконец, последний пункт критики семиотики, непосредственно связанный с её пригодностью для дизайнеров, заключается в том, что для семиотиков характерна вера в согласованное использование знаков и их совместное понимание. Как отмечает Криппендорф, Макс Бензе (*Max Bense*), немецкий философ, известный своими работами в области философии науки, логики, эстетики и семиотики, в своей монографии «Знаки и дизайн: семиотическая эстетика» [7] и его коллега Элизабет Вальтер-Бензе (*Elisabeth Walther-Bense*) в работе «Общая теория знаков. Введение в основы семиотики» [8] встраивают инструментальность в триаду «материал», «форма» и «функция», которая считается общей для всех знаков. Луис Х. Прието (*Luis J. Prieto*), известный аргентинский лингвист и семиотик, формулирует свою концепцию артефактов в виде триадного отношения между «инструментом», его «полезностью», набором операций, выполняемых этим инструментом, и его «операндом», классом операций, которые возможно осуществить с его помощью. В самой же теории дизайна Ги Бонсипе (*Gui Bonsiepe*), немецкий дизайнер и теоретик дизайна, возрождает триаду Томаса Мальдонадо (*Tomás Maldonado*), состоящую из материального «инструмента», «проблемы», которую нужно решить, и «агента», который выполняет операции, связывающие их. Криппендорф критикует приверженность всех вышеописанных авторов инструментальному взгляду на артефакты, характерному для периода индустриальной эры. Опираясь на идеи Грегори Бейтсона, он отмечает, что хотя семантический поворот не может отрицать инструментальности, семиотики забывают, что люди не машины, а рациональность не может быть универсальной и всеобщей. Артефакты могут быть составными частями ритуальных практик, вызывать эмоции, быть внутренне мотивированными (преследовать процессы, а не цели или результаты) и взаимодействовать с другими артефактами (превышать рациональность понимания).

Несмотря на справедливость многих замечаний Криппендорфа, нужно отметить то, что он не учитывает в полной мере два момента:

эволюцию семиотики и возникновение постсемиотической философии, а также конвергенцию семиотики и герменевтики, отмечаемую как философами семиотической традиции, такими, как Джон Стюарт, так и сторонниками герменевтического мышления, как, например, Ганс-Георг Гадамер. Оба этих момента приводят семиотику к идее историчности.

Критика когнитивизма

Криппендорф определяет когнитивную науку как особую форму научного знания, которая стремится разработать объяснение поведения человека в терминах, заимствованных из информатики. Когнитивная наука, возникшая на основе бихевиоризма и становящаяся всё более популярным общим термином для междисциплинарного подхода, объединяющего компьютерную лингвистику, психологию, эргономику и теорию искусственного интеллекта, с его точки зрения, не применима для науки о дизайне.

Криппендорф выдвигает пять возражений против сближения когнитивной науки с дизайном: (1) когнитивисты на самом деле не наблюдают за ментальной деятельностью человека, (2) концепция ментальной деятельности построена на дискурсе (экспертном языке) когнитивных теоретиков, (3) когнитивизм основан на предположении о том, что все люди наделены одинаковыми исчисляющими возможностями и способностями. Кроме того, опираясь на исследования Джеффа Коултера (*Jeff Coulter*) [9] и Люси Сачман (*Lucy Suchman*) [10], Криппендорф указывает на то, что (4) объяснения когнитивистов лишены социальных переменных, ситуативного характера, не обладают диалогическим характером и качествами понимания второго порядка. Таким образом, (5) когнитивная теория в своей основе индивидуалистична и монологична. Криппендорф подвергает критике абстрактный характер когнитивистских обобщений, включая концепцию универсального языка (*UL*) Ноама Хомского, которая расширяется до веры в универсальность человеческого познания. Несмотря на претензии на универсальность, когнитивизм ничего не говорит о значениях артефактов в языке, то есть об их существовании в социальном и лингвистическом контексте, об их жизненных циклах, то есть «биографии артефактов» и их взаимодействии с другими артефактами (экологии артефактов).

В отличие от представителей когнитивистского подхода, Криппендорф позитивно оценивает мыслителей диалогического направления, таких как Мартин Бубер (*Martin Buber*), известный своей философией диалога, ос-

нованной на различении между отношениями Я–Ты и Я–Оно [11], Михаил Бахтин с его принципами диалогичности [12], Джон Шоттер (*John Shotter*), специалист по коммуникации и социальному конструированию [13] и Дэвид Бом (*David Bohm*), один из самых значительных физиков-теоретиков XX века, разрабатывавший идеи диалога в нейропсихологии и философии сознания [14].

Критика эргономики

Криппендорф указывает на то, что эргономика возникла в 1960-х годах как дисциплина индустриальной эпохи, направленная на повышение эффективности, экономичности, безопасности и удобства использования конструкций. Эргономика стремится к разработке научных, то есть объективных и общих стандартов для проектирования технологических артефактов, систем и сред для использования человеком.

Негативно оценивая усилия таких теоретиков как Генри Дрейфус (*Henry Dreyfuss*) [15], основателя эргономики как дисциплины, и его последователей, занятых проблемой «эргономичности» (*usability*), таких как Якоб Нельсен (*Jakob Nielsen*) [16], Криппендорф выдвигает два возражения против использования установок эргономики в деятельности дизайнеров: (1) исследования в области эргономики проводятся в рамках иерархии распределенных обязанностей, (2) эргономика рассматривает людей в качестве ненадежных компонентов технических систем.

Отталкиваясь от идей Ульриха Бурандта (*Ulrich Burandt*) [17], Криппендорф указывает на то, что семантические вопросы предшествуют эргономическим. При этом он отмечает, что исследования по эргономике укоренены в умонастроениях индустриальной эпохи. Первоначально они финансировалась такими иерархическими структурами, как армия, промышленность и крупная бюрократия, и, соответственно были направлены на изучение иерархических структур. Семантический подход, напротив, представляет собой апологию гетерархии, поскольку человеко-ориентированный дизайн развивается в результате разработки востребованных на рынке продуктов с участием заинтересованных сторон. Покупатели и пользователи делают выбор, применяя собственные критерии.

Второй момент «размежевания» дизайна с эргономикой направлен на критику технократии. Поскольку в эргономике преобладают инженеры с технологически ориентированными взглядами, они оперируют моделью идеального человека, созданной с точки зрения механики. Иде-

альному человеку приписываются такие качества, как беспрекословное подчинение, предсказуемость, эффективность и безупречная надежность. В рамках своей (исходно) инженерной традиции эргономические исследования ориентированы на объективные, независимые от наблюдателя аспекты функций, которые должны выполняться людьми. Криппендорф же уже на первой стадии разработки своей концепции – эта стадия носила название «семантики продукта», – утверждал, что люди приобретают продукты по причинам, которые не могут быть предсказаны дизайнерами; для человекоориентированного дизайна эргономика не имеет первостепенного значения.

Поскольку семантические вопросы предшествуют эргономическим, то значения технических артефактов должны быть поняты до того, как измерения производительности труда будут иметь смысл. Для того, чтобы эргономика способствовала развитию человекоориентированного дизайна, её данные должны быть связаны с прояснением того, (1) как пользователи концептуализируют свой мир, (2) что побуждает пользователей взаимодействовать с конкретными артефактами, (3) какие критерии пользователи применяют к самим себе.

Эстетика: дилемма универсальной и локальной эстетики

Следующей сферой, с которой Криппендорф проводит демаркацию, – это эстетика. Прежде всего, следует вспомнить важный момент концепции Криппендорф – это принципиальное разграничение универсальной [1, с. 7] и локальной эстетики [1, с. 8]. Универсальная эстетика позиционировалась как свободная от культурной заданности и имеющая всеобщую актуальность дисциплина; универсализация эстетики привела к тому, что промышленно развитый Запад стал не только отрицать собственное культурное прошлое, но и представлять неиндустриальные культуры как примитивные и нуждающиеся в промышленном развитии. Локальная / народная эстетика, в отличие от универсальной, указывает на то, что не существует универсальных эстетических принципов, есть только изменяющееся распределение симпатий и антипатий. Дизайн товаров, услуг и идентичностей должен признать разнообразие менее формализованной локальной / народной эстетики, поскольку уже не может опираться на эстетику универсальную.

Кроме того, Криппендорф указывает на три допущения, принятые в традиционной эстетике: (1) эстетические теории «консервируют» использование эстетической лексикона в обществе; (2) теоретики эстетики

не учитывают лингвистической природы своих теорий; (3) эстетические теории ограничены не только тем, что они объясняют, но и самим теоретизированием.

Однако, сам Криппендорф не учитывает тех трансформаций, которые начались в эстетике ещё в 80-е годы XX века. Превращение прилагательного «эстетический» в существительное «эстетическое» свидетельствует о том, что сама эстетика подвержена трансгрессии эстетики к эстетическому. Хайнц фон Фёрстер (*Heinz von Foerster*), изобретатель «кибернетики второго порядка», на которого отчасти опирается сам Криппендорф, описал этот семантический сдвиг в кибернетике как возникновение рефлексивного стиля мышления и способа восприятия, для которого «эстетика» была важным фактором развития, а именно, он указывает на развитие «недавних идей о самореферентной логике, циркулярной причинности, рекурсивной функциональной теории и других важных компонентах современной версии кибернетики, применимой к самой себе: кибернетике кибернетики» [18, с. 434–443]. В риторическом преувеличении негативных аспектов эстетики Криппендорфом не учитывается этот аспект трансформации и расширения понятия эстетики.

Критика функционализма

Криппендорф полагает, что функционализм это часть рациональной программы Просвещения. В дизайне приверженность функционализму воплощена в широко известном девизе Луиса Г. Салливана (*Louis H. Sullivan*) «форма следует за функцией» (*form follows function*), сформулированном им в 1896 году в статье, до сих пор важной для истории теории дизайна и архитектуры, «Высотное офисное здание с художественной точки зрения» (*The Tall Office Building Artistically Considered*).

Фунционалистская претензия на универсальность проявляется в убеждении, что произвольность отношения между формой и функцией артефактов обусловлена непониманием функции, которую должен выполнять дизайн. Функционализм в дизайне покоится на двух основаниях: (1) функции не имеют собственной реальности; (2) функционализм порождает методологический монологизм, не оставляющий акторам места для участия. Однако при этом не учитывается то, что функциональные иерархии уступают место политическим гетерархиям.

Традиционное понимание функции в дизайне задано логикой понятийного подчинения. Для инженеров предполагаемая функция артефакта является самой причиной его создания. Функционализм – это ложная

вера в реальность систем концептуального подчинения, он консервативен по отношению к концептуальным иерархиям, которые принимает как должное. В отличие от него, человекоориентированный дизайн строится на осознании того, что речь о функциях идёт в рамках избранной системы подчинения, и создание артефактов под эгидой такой системы имеет серьезные социальные последствия.

Критика методологического монологизма сводится к тому, что математические подходы, являющиеся базовыми для инженерного проектирования и технологически-ориентированного дизайна, не могут охватить разнообразия значений, которые гетерархически организованные заинтересованные стороны могут счесть актуальными.

Однако, в силу исторических изменений, иерархии всё в большей степени уступают место гетерархиям. Функционализм в дизайне возник в индустриальную эпоху, в ситуации иерархической организации власти. В постиндустриальную эпоху функциональные иерархии становятся анахронизмом. Развитие технологий приводит к возникновению теорий, которые анализируют проблему сложности, эмерджентные структуры, феномены самоорганизации и аутопоэзиса.

«Дизайн в системе маркетинга»

Маркетинг занимается поведением акторов на рынках, управлением рынками, отслеживанием продаж товаров и услуг, прогнозированием тенденций и разработкой стратегий для запуска новых продуктов, включая создание рекламных кампаний и оценку их успеха. Маркетинг широко используется в дизайне, более того, начиная с середины XX века сам дизайн стал частью маркетинга [19, с. 83–103].

Тем не менее, Криппендорф указывает на три аспекта, в которых цели дизайна, особенно дизайна, ориентированного на человека, и маркетинга различаются: (1) маркетинг уделяет внимание лишь короткому моменту в жизненном цикле (в «биографии») артефактов – моменту продажи; (2) маркетинг маргинализирует нерентабельное население; (3) маркетологи принимают преимущественно статистически обоснованные решения.

Сосредоточенность маркетологов на продажах ведёт к «претенциозной семиотизации»: завышение ценности за счет внешнего вида, внесение незначительных различий, добавления бессмысленных вариантов.

В маркетинге «покупатель» конкретного продукта – это не просто удобный стереотип, как «пользователь» для традиционных дизайнеров;

у него есть статистическая реальность категории людей, которая могла бы принести наибольшие продажи при наименьших рекламных затратах. Но дизайн – это не статистические абстракции, не количество покупателей, а организация «возможностей» (*affordances*), которые перемещают артефакт через сеть заинтересованных сторон (стейкхолдеров). Ориентация маркетологов на статистические данные приводит к неудачам, поскольку методология опросных исследований по своей сути слепа к новизне, а дизайн – это деятельность, которая стремится увидеть новые горизонты и открыть что-то неожиданное, нестандартное. Исследователи мотивации, которые добросовестно фиксируют, что люди предпочитают сегодня, с трудом могут предсказать, что они оценят в будущем.

Исходя из этого, Криппендорф предлагает три стратегии для исчисления направлений разработки продукта: забрасывание «пробных шаров» футуристического дизайна; продвижение модных трендов небольшими сообществами пользователей («просачивание моды снизу»); ориентация на проектирование, совместное с потребителем.

Интертекстуальность

Криппендорф подчёркивает привлекательность текстуального подхода для социальных наук. В частности, он указывает на такие значимые работы социологов, как монографии Ричарда Брауна (*Richard H. Brown*) «Общество как текст: очерки риторики, разума и реальности» [20], Кейта Гринта (*Keith Grint*) и Стива Вулгара (*Steve Woolgar*) «Машина в действии: технология, работа и организация» [21], Джонатана Сильвермана (*Jonathan Silverman*) и Дина Рейдера (*Dean Rader*) «Мир – это текст: чтение, письмо и размышление о визуальной и популярной культуре» [22] и британского специалиста в области прикладной лингвистики Генри Уиддоусона (*Henry G. Widdowson*) «Текст, контекст, претекст. Критические вопросы анализа дискурса» [23].

При этом, однако, Криппендорф указывает на ограничения аналогии, которая проводится между текстом и артефактом, читателем и пользователем. Он характеризует два допущения текстуального подхода: этот подход (1) локализует значение в текстах; (3) представляет форму в качестве контейнера для значений. В качестве частного, но значимого случая применения текстуального подхода к теории дизайна, Криппендорф указывает на «теорию языка продукта» Оффенбахской школы дизайна, которая основана именно на текстуальном подходе.

Развивая первое допущение, Криппендорф отмечает, что текстуальный анализ не дает возможности выйти за рамки литературных и куль-

турных знаний. Семантическое понимание артефактов, напротив, проявляется во взаимодействии с ними: выборе одного артефакта среди других, обработке его элементов управления, направлении его работы к желаемым целям и, особенно, перепроектировании, реконфигурации, перепрограммировании в соответствии с собственными представлениями. Таким образом, интертекстуальный подход определяет значения текстов в их интерпретациях, а семантический поворот определяет значения артефактов в динамике возникающего взаимодействия с ними и – через них – с другими людьми.

Характеризуя второе допущение, Криппендорф указывает на то, что метафора контейнера представляет формы как бессмысленные сами по себе носители, способные содержать значения или информацию, в соответствии с руководящими принципами относительно состава, использования и ценности продуктов. Метафора ставит дизайнера или производителя продукта в положение авторитета в отношении того, что должен означать их дизайн, и побуждает пользователей отказаться от своей способности создавать свои собственные значения и применять уникальные способы взаимодействия с ними. Использование метафоры контейнера затрудняет понимание того, как участники проекта концептуализируют свои миры. Эта метафора ошибочна.

Отдельно Криппендорф останавливается на анализе теории языка продукта, то есть теории дизайна, разработанной в 70–80-е годы Оффенбахской школой дизайна. Возможно, это разграничение необходимо ему потому, что теория языка продукта особенно близка к его «теории семантики продукта» – исходной версии семантического поворота.

Теория языка продукта, действительно, имеет точки соприкосновения с теорией семантического поворота. Обе они характеризуются (1) вниманием к значениям артефактов; (2) борьбой с максимой Луиса Г. Салливана «форма следует за функцией»; (3) критикой семиотического подхода. Однако, с точки зрения Криппендорфа, теория языка продукта «ввергается в сферу текстуального» из-за своего обращения к герменевтическим и феноменологическим концепциям значений. Тогда как, по его мнению, технологические артефакты, как и тексты, ничего не говорят и ничего не значат сами по себе. Они говорят и значат лишь то, что им приписывают заинтересованные стороны. Его критика теории языка продукта связана с концепцией языка как системы знаков и символов. Принятие такой теории языка отвлекает внимание от реального использования языка в повседневной жиз-

ни, а также в сотрудничестве дизайнеров, на абстрактные описания свойств продуктов.

Криппендорф осуществляет критическую рецепцию двух положений теории языка продукта: (1) функции артефакта помимо чисто утилитарных являются сенсорными по своей природе; (2) знаковые функции бывают двух вида: индикаторные и символические [24].

Функции, дополнительные к утилитарной, рассматриваются как сенсорные. Этот подход, по видимости, ориентирует дизайнерскую деятельность на человека и предполагает различение двух видов сенсорных функций: формально-эстетических и знаковых [25, с. 34–62]. Однако, по Криппендорфу, авторы теории языка продуктов не учитывают языковой опосредованности чужого чувственного опыта, поскольку формы представляют собой отвлечения от сложности реальных изображений или объектов. В отличие от оффенбахского подхода, семантический поворот акцентирует внимание на социальной роли, которую язык играет в восприятии.

Характеристики знаковых функций были даны двумя теоретиками оффенбахской школы – Рихардом Фишером (*Richard Fischer*) [26] и Йоханом Гросом (*Jochen Gros*) [27]. Фишер описал индикаторные функции, Грос – символические (см. таблицу 1).

Таблица 1. ***Функции продуктов***

Функции продуктов:	1) практические функции		
	2) сенсорные функции:	1) формально-эстетические функции	
		2) знаковые функции:	1) индикаторные функции
			2) символические функции

Криппендорф отмечает, что если то, что продукты дизайна выполняют практические функции очевидно, то уже приписывание им исполнения сенсорных функций может быть поставлено под вопрос, поскольку сама форма является результатом манипуляций иерархических структур. Наличие знаковых функций у продуктов дизайна бесспорно лишь частично. Если приписывание им индикаторных функций вполне

допустимо и понятно, то выделение символических функций уже вызывает возражения, ведь сама символизация – есть результат культурной заданности.

Оценивая теорию расширенного функционализма, Криппендорф использует фигуры риторического усиления аргументации. Так, ссылаясь на то, что Дагмар Штеффен относит функции символа к «культурному, социальному, технологическому, экономическому и экологическому значению продукта», он указывает на наличие более высоких социетальных контекстов продуктов дизайна [1, с. 294]. Определение функций символа посредством ссылки на эти контексты продукта, находящиеся на более высоких уровнях социального порядка, раскрывает функциональную склонность к иерархическим концепциям, тогда как семантический поворот побуждает дизайнеров искать концептуальное разнообразие пользователей и, более того, обеспечивать дизайнерам, по крайней мере, четыре контекста с радикально разными значениями: контекст использования (психологический аспект), контекст языка (социолингвистический аспект), контекст жизненных циклов (технологический аспект), контекст динамики артефактов в сетях заинтересованных сторон («экологический» аспект) [28].

Осуществив критическую рецепцию теории языка продукта, Криппендорф указывает на его слепое пятно: отсутствие рекурсивного понимания, то есть понимания второго порядка. Понимание чужого понимания – это понимание, которое рекурсивно встраивает понимание другого человека в свое собственное, даже если – и особенно когда – эти понимания противоречат друг другу или чужое понимание считается неверным или неэтичным. Поскольку дизайн ориентирован на человека, по Криппендорфу, он должен основываться на рекурсивном понимании, то есть готовности дизайнеров слушать другого и прилагать усилия для понимания стейкхолдеров.

Выводы

Осуществляя свой семантический поворот в теории дизайна, Клаус Криппендорф стремится провести чёткие границы между семантическим подходом и близкими к нему дисциплинами и подходами. Подвергая критике семиотический подход, Криппендорф отмечает неактуальность его приверженности к инструментальному взгляду на артефакты, характерному для индустриальной эры, выдвигая в противовес этому утверждение о том, что рациональность не может быть универ-

сальной и всеобщей, а артефакты конструируются заинтересованными лицами (стейкхолдерами). Указывая на абстрактный характер когнитивистских обобщений, Криппендорф противопоставляет ему принципы диалогичности. Подчеркивая то, что исследования по эргономике укоренены в иерархическом умонастроении индустриальной эпохи, он защищает семантический подход как апологию гетерархии. Отмечая допущения, принятые в институализированной универсальной западной эстетике, Криппендорф продвигает идею множественности локальных эстетик. Критикуя функционалистские претензии на универсальность, обусловленные методологическим монологизмом функционализма, он вновь противопоставляет им гетерархически организованную деятельность стейкхолдеров. Акцентируя подчиненность дизайна системе маркетинга, учитывающего лишь один момент в жизненном цикле артефакта – момент его продажи, Криппендорф указывает на психологические, социальные, технологические и экологические аспекты дизайна артефактов. Критикуя экстраполяцию текстуального подхода в сферу дизайна, особенно теорию «расширенного функционализма» оффенбахской школы дизайна, он говорит о том, что семантический поворот определяет значения артефактов в динамике возникающего взаимодействия с ними, а через них – с другими людьми.

Критика Криппендорфом граничащих с семантическим подходом дисциплин основана как на «отрицающей», так и на «позитивной рецепции» авторитетов, причем позитивно-воспринимаемые авторы формируют канон литературы по проблемам семантического поворота.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Krippendorff K.* The Semantic Turn; A New Foundation for Design. Boca Raton, London, New York : Taylor&Francis, CRC Press, 2006.
2. *Stewart J. R.* Language As Articulate Contact: Toward a Post-Semiotic Philosophy of Communication. New York : State University of New York Press, 1995.
3. *Barthes R.* The Fashion System. New York : Hill and Wang, 1983.
4. Foucault M. Power / Knowledge : Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977. New York : Pantheon Books, 1980.
5. *Foucault M.* The History of Sexuality. New York : Pantheon Books, 1978.
6. *Bateson G.* Steps to an Ecology of Mind. New York : Ballantine, 1972.
7. *Bense M.* Zeichen und Design. Semiotische Aesthetic. Baden-Baden : Agis-Verlag, 1971.

8. *Walther, E.* Allgemeine Zeichenlehre. Einführung in die Grundlagen der Semiotik. Stuttgart : Deutsche Verlags-Anstalt, 1974.
9. *Coulter, J.* Rethinking Cognitive Theory. New York : Palgrave Macmillan, 1983.
10. *Suchman L. A.,* Plans and Situated Actions: The Problem of Human Machine Communication. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.
11. *Buber M.* I and Thou. New York : Scribner, 1958.
12. *Bakhtin M.* The Dialogical Principle. Minnesota : University of Minnesota Press, 1984.
13. *Shotter J.* Conversational Realities. Thousand Oaks : SAGE, 1993.
14. *Bohm D.* On Dialogue. Abingdon : Routledge, 1996.
15. *Dreyfuss H.* The Measure of Man, Human Factors in Design. Oxford and New York : Whitney Library of Design, 1960.
16. *Nielsen J.* Usability Engineering. Burlington : Morgan Kaufmann, 1993.
17. *Burandt U.* Ergonomie für Design und Entwicklung. Burlington : O. Schmidt, 1978.
18. *Foerster H.* Wahrnehmen wahrnehmen // Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik. Leipzig : Reclam, 1990.
19. *Кантор К. М.* Правда о дизайне. Дизайн в контексте культуры доперестроечного тридцатилетия (1955–1985). М.: АНИР, 1996.
20. *Brown, R. H.* Society as Text: Essays on Rhetoric, Reason, and Reality. Chicago : University of Chicago Press, 1987.
21. *Grint K.*, Woolgar St. The Machine at Work: Technology, Work and Organization. Cambridge : Polity, 1997.
22. *Silverman J.*, Rader D. The World is a Text: Writing, Reading and Thinking About Visual and Popular Culture. – Hoboken : Prentice Hall, 2002.
23. *Widdowson H. G.* Text, Context, Pretext. Critical Issues in Discourse Analysis. Oxford : Blackwell, 2005.
24. *Gros J.* Grundlagen einer Theorie der Produktsprache. Heft 1. Einführung. Offenbach : HfG Offenbach, 1983.
25. Design als Produktsprache. Der ”Offenbacher Ansatz“ in Theorie und Praxis. Frankfurt am Main : Verlag form GmbH & Co. KG. 2000.
26. *Fischer R.* Grundlagen einer Theorie der Produktsprache. Heft 3. Anzeichenfunktionen. Offenbach : HfG Offenbach, 1984.
27. *Gros J.* Grundlagen einer Theorie der Produktsprache. Heft 4. Symbolfunktionen. Offenbach : HfG Offenbach, 1987.
28. *Гафаров Х. С., Гафарова Ю. Ю.* Теория «значения артефактов в экологии» Клауса Криппендорфа // Актуальные проблемы гуманитарного образования. Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Минск, 22–23 октября 2021 г. Минск : БГУ, 2021. С. 7–22.

ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ И ИХ ПРОЦЕССЫ В ПАРАМЕТРИЧЕСКОМ ПРОЕКТИРОВАНИИ

BASIC DECISION-MAKING TECHNIQUE AND ITS PROCESSES IN PARAMETRIC DESIGN

М. М. Каширипур
M. Kashiripoor

Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian National Technical University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: mkashiripour@gmail.com

Для формирования конечного результата в процессе проектирования происходит непрерывная серия действий по принятию решений. Принятие решений в проектировании представляет собой разработку, оценку и выявление потенциально правильного решения, которое в полной мере будет соответствовать заданным требованиям и критериям. На принятие решений оказывают влияние опыт, предпочтения и отношение проектировщика, а также состояние среды, в которой осуществляется работа. Таким образом, принятие решений в проектировании – это сложный процесс с отдельными действиями и объектами.

В данной статье рассматривается литература предметной направленности по параметрическому проектированию и процессам принятия решений, а также объясняются основные принципы нахождения верных решений в процессе параметрического проектирования.

Ключевые слова: Параметрический дизайн; принятие решений и творчество; принятие решений в параметрическом дизайне; цифровые модели дизайна.

A continuous series of decision-making activities takes place in the design process to form the final result. Decision making in design is the development, evaluation and identification of a potentially correct solution that will fully meet the specified requirements and criteria. Decision-making influenced by the experience, preferences and attitudes of the designer, as well as the state of the environment in which the work is carried out. Thus, decision-making in design is a complex process with separate actions and objects.

This article reviews the subject-matter literature on parametric design and decision-making processes, and explains the basic principles of finding the right solutions in the process of parametric design.

Keywords: Parametric design; decision making and creativity; decision making in parametric design; digital design models.

Введение. В своей основе системы параметрического проектирования подразумевают возможность подстраиваться под используемые параметрические языки и методы написания сценариев, а также к различным топологическим отношениям объектов и процессам, возникающих в процессе осуществления проектирования. Среди форм воздействия параметрического проектирования выделяются топологические и формальные характеристики проектов, происходящих в различных областях проектирования, таких как архитектура, промышленный дизайн и дизайн одежды. В последние годы исследователи и дизайнеры отмечают возросшие возможности параметрического проектирования для автоматического создания и оценки принятых решений, но при этом все большее значение приобретают методы и способы принятия решений, которые являются инновационными в данной сфере.

Целью данной работы является попытаться структурировать существующие методики и подходы, используемые в процессе принятия решений в параметрическом проектировании.

Основная часть. Исходными данными для параметрического проектирования является полная информация об объекте проектирования: размеры и их допуски, данные о возможности применения тех или иных, о материалах, из которых может быть сформирована структура проектируемого объекта. Таким образом, целью параметрического проектирования как такового, является разработка таких параметров объекта, которые необходимы для реализации требуемой функциональности и технологичности. Таким образом, принятие решений в проектировании – это процесс, в ходе которого разрабатываются и оцениваются варианты, что неизбежно делает процесс проектирования творческим. На современном этапе процесс реализации параметрического проектирования происходит в цифровой среде и состоит из алгоритмической части и программного обеспечения, позволяющего визуализировать принятые проектные решения. Такой подход позволяет оптимально быстро разработать несколько возможных вариантов реализации объекта проектирования.

Процесс параметрического проектирования.

Исходя из определения параметрического проектирования, на практике методика, которая позволяет реализовать объект, представляет собой алгоритмический инструмент, который составляет параметры и правила, формирующие конечный объект. Параметры представляют собой числовые значения, благодаря чему появляется возможность разрабатывать различные варианты конечного результата. Правила же описывают алгоритмические операции, а также отношения между компонентами при разработке вариантов принятия решений.

Принятие решений в творчестве.

Принятие решений – это процесс выбора «предпочтительного варианта или курса действий из набора альтернатив на основе заданных критериев или стратегий» [1, с. 78]. В сфере дизайна принятие решений также является актуальной, поскольку процесс дизайна хоть и является творческим, но в то же время подчиняется определенным правилам и методам разработки.

Существующие исследования оценивают принятие решений как основу процесса творчества, поскольку он состоит из разработки и корректировки вариантов решений. Современные исследования направлены на разработку методологии в области принятия решений в сфере дизайна, имеющую своей целью разработку наилучшего результата. Таким образом в дизайне процесс принятия решений приобретает творческий аспект.

В параметрическом проектировании параметр сценария задает диапазон вариаций, а правило определяет допустимую конвергенцию. Таким образом применение алгоритмов (наборов параметров и правил) позволяет оптимизировать процесс творческой деятельности [2, с. 632].

Креативные процессы принятия решений (ППР)
в параметрическом проектировании.

Принятие решений в дизайне представляет собой процесс разработки вариантов и выбора одного из них в качестве оптимального решения. Из этого следует, что большинство моделей ППР при проектировании представляют собой набор действий по созданию и оценке [3, с. 68], [4, с. 108]. В данной статье этот взгляд на ППР углубляется до микроуровня, где определяются однозначные наборы действий, которые составляют ППР. В этой статье рассматриваются заключительный, подтверждающий и имитационный (симуляционный) варианты процессов принятия решений.

Окончательный процесс принятия решений.

В окончательном ППР проектировщики убеждаются, что разработанные варианты соответствуют заданным критериям или требованиям к реализуемому объекту. На этом этапе рассматриваются визуализированные варианты решений в режиме 3D-просмотра, оценивается соответствие разработанных вариантов обозначенным критериям проектирования. Повторяющиеся последовательности действий перекликаются с «процессом 1» Стемпфле и Бадке-Шауба, который представляет собой серию разрабатываемых путей решения задач, ведущих к оценке [5, с. 482]. Если условия выполняются, проектировщик приступает к следующему этапу разработки. Такой метод называется «работать вперед», то есть происходит пошаговая работа с постоянным внесением различных вариантов решения поставленной задачи. В то же время, окончательный ППР происходит по завершении процесса проектирования, целью которого является выработка всеобъемлющего решения.

Заключительный ППР может быть основной частью классических методов решения проблем, работающих на опережение, «восхождение в гору» и «разделяй и властвуй», устанавливающих подробные и целенаправленные цели перед разработкой решений. При таком подходе происходит разбиение задачи на подзадачи, их проработка и последующее объединение их в единый результат. В этом контексте окончательный ППР однозначно является частью генеративной стратегии, направленной на решение проблем, которая поддерживает творческий подход в параметрическом дизайне [6, с. 128]. Если решение не соответствует критериям проектирования, окончательный ППР производит циклический процесс переопределения, но этот дополнительный процесс более тесно связан с двумя другими творческими ППР (*Рис. 1*).

Подтверждающий процесс принятия решений.

Подтверждающий ППР связан с поэтапным принятием решений в процессе алгоритмизированной и генеративной деятельности. Несмотря на то, что окончательный ППР связан с действиями по пересмотру, это происходит только в качестве предшественника создания генерации. На основе микрошаблона процесс ППР начинается с оценки алгоритмов, а затем пересмотр алгоритмов запускает генеративную деятельность. Последовательно разработчики рассматривают результаты пересмотренных алгоритмов в режиме 3D-просмотра, решая правильно ли они разработаны для представления предполагаемой геометрии. Это отличается от

заключительного ППР, который продвигается вперед к введению новых геометрических целей. Однако эта операция (перенаправление) не является одним из самых распространенных паттернов [7, с. 1836, 8, с. 185].

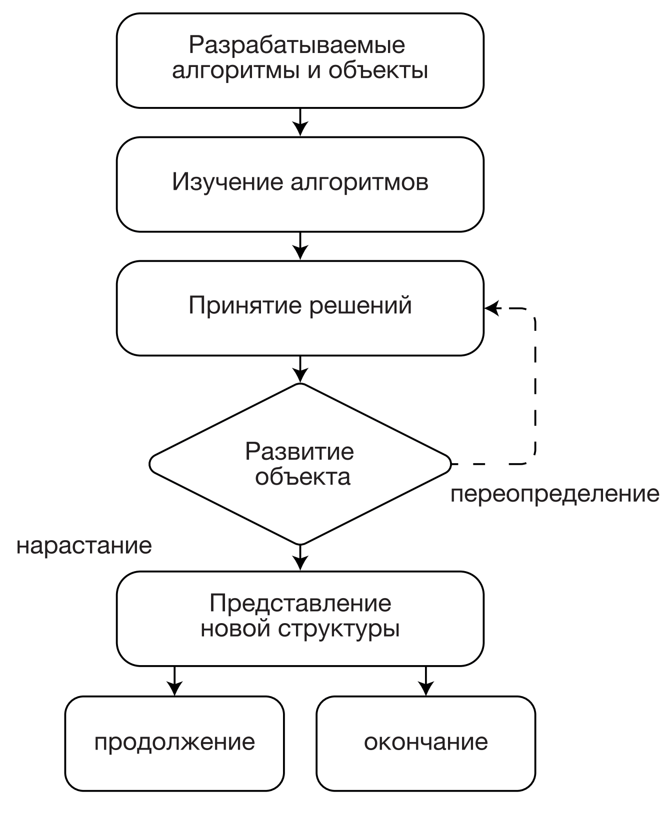


Рис. 1. Окончательный ППР для поддержки проектирования [11]

Микрошаблон также является наиболее распространенным методом подтверждения качества принятого проектного решения. Это циклическая схема оценки алгоритмов, пересмотра алгоритмов, создания генерации, оценки геометрии и снова оценки алгоритмов. Этот процесс схож по своей организации операциям по реконструкции, в ходе которых «поле» возвращается в исходное положение, а затем перемещающей его в иную оболочку. В то же время, применение циклических процессов

позволяет реализовать структуру, предполагающую быстрое изменение или переопределение. Эти действия могут быть описаны с помощью аргумента Никандера и Лиикканена о том, что отказ от концепции может привести к пересмотру или фазам нового поколения [9, с. 34]. По своей сути подтверждающий ППР состоит из трех творческих операций: перенаправление, реконструкцию и переопределение, основанные на действиях, отражающих решение (*Рис. 2*).

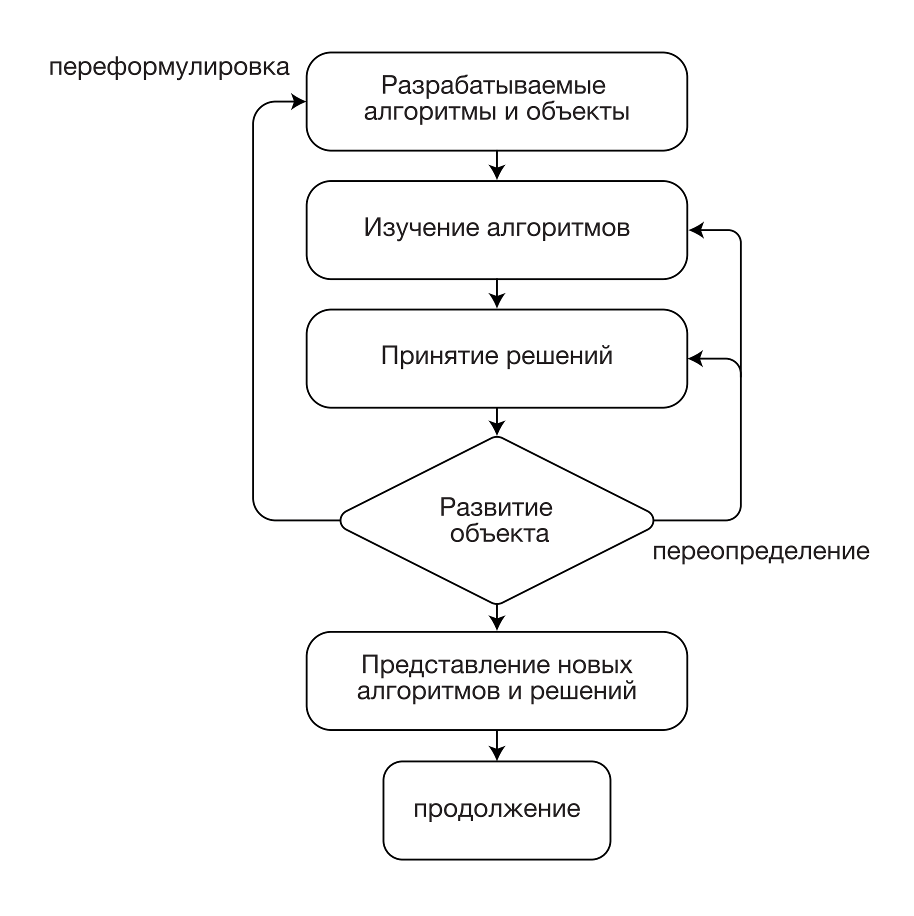


Рис. 2. Подтверждающий ППР для поддержки проектирования [11]

Симуляционный процесс принятия решений.

Симулятивная ППР является разновидностью подтверждающего ППР, в которой реализуется интегрированная деятельность по созданию, оценке и отбору, результатом которой является пересмотр принятого решения. В отличие от других ППР, симуляционная ППР имеет уникальный процесс принятия решений, в котором одновременно участвуют как дивергентное, так и конвергентное мышление. Опять же, в отличие от последовательного процесса генерации, оценки и выбора Никандера и Лиикканена [10, с. 302], в симулятивной ППР они происходят одновременно. Имитационная ППР может быть проиллюстрирована только одним циклическим шаблоном, объединяющим две другие системы. Таким образом, симулятивная ППР имеет одну творческую операцию (реконструкцию), которая идентично наблюдается в конфирмативной ППР. Хотя циклический паттерн может быть единственным основным паттерном, предполагаются еще два второстепенных паттерна, которые могут способствовать развитию творческих операций в данной конкретной ППР. После принятия решения проектировщики могут перейти к альтернативному процессу пересмотра, который способствует переопределению. Таким образом, имитационная ППР потенциально предлагает еще две творческие операции (*Рис. 3*).

Обсуждение.

Исторически сложилось, что наброски связывали с творчеством, потому что они часто показывают реализацию решения проблемы благодаря гибкому и интуитивно понятному применению. Это обусловлено тем, что в процессах создания набросков будет большое количество неявных/явных решений, которые расширяют спектр возможностей по принятию решений для реализации творческих процессов [12, с. 982]. В то же время, системы автоматизированного проектирования (*computer-aided design (CAD)*) считаются препятствием для творчества, поскольку они имеет ограниченный потенциал для поддержки решения проблем. Хаапасало, например, утверждает, что интерфейсы CAD негибки при создании эскизов и существует слабая связь между рукой и рисунками на экране. В то время как многие исследователи пытались устранить этот барьер пользовательского интерфейса для интуитивного проектирования [13, с. 127], при этом рекомендуется CAD использовать в качестве инструмента документирования, для выполнения рутинных задач и оформления конечного результата. Таким образом, развитие CAD

создают препятствия творчеству в процессе проектирования. Стоит отметить, что параметрический дизайн, хотя и использует определенный набор инструментов интерфейса сценариев, содержит в себе творческие действия по решению проблем. Это может быть вызвано тем фактом, что параметрический дизайн не только реализует генеративную способность, но также поддерживает видоизменение компонентов и регулирующих элементов в конечный результат. Кроме того, параметрический дизайн использует нестандартные модели решений (например, скачок, петля и цикл), описанные в работе Бадке-Шауба и Герлихера [14, с. 313].



Рис. 3. Симуляционный ППР для поддержки проектирования [11]

Принятие решений в проектировании раньше рассматривалось как конечный процесс, не связанный с решением задач, где окончательное решение выбирается из разработанных вариантов. В то же время, три

творческие ППР, рассмотренные в данной статье, доказывают необходимость пошаговой передачи проблем, а также пересмотра генеративных компонентов в параметрическом проектировании. То есть принятие решения — это не один шаг в решении проблемы, а процесс. Можно говорить о том, что деятельность по разработке решения сводится к трем циклическим операциям: перенаправлению, реконструкции и переопределению, которые поддерживают творческий подход в ППР.

Это показывает новый подход к пониманию творческих ППР в параметрическом проектировании.

Окончательные и имитационные ППР, описанные в этой статье, также используются для концептуализации шаблонов принятия решений, которые включают различные инструменты или образцы. Сами по себе процессы параметрического проектирования тесно связаны с анализом и моделированием в проектировании, которые позволяют реализовать принятые решения на практике [15, с. 85]. Кроме того, разработчики в параметрических средах продолжают использовать традиционные инструменты проектирования, такие как ручка и карандаш, для получения визуализации на этапе концептуального проектирования. Схемы, рассматривающие творческие ППР в этом исследовании, применимы для реализации практически любых процессов параметрического проектирования. В качестве творческих операций так же рассматриваются и вычислительные модели процессов творческого проектирования (комбинация, трансформация, аналогия, возникновение и первые принципы). Так же доказано, что параметрический дизайн включает в себя мысленные образы и внешнее представление, отличные от других процессов проектирования (черчение и CAD). Таким образом можно сказать, что модель чувственного мышления 5R (готовность, рецепция, отражение, раскрытие и воссоздание) может быть применена для выявления конкретных моделей принятия решений в параметрическом дизайне [16, с. 268]. Творческие ППР, представленные в этой статье, позволяют реализовать только ограниченный спектр этапов разработки. Они локализованы на разных этапах процесса проектирования, но в совокупности они направлены на разработку решения поставленной задачи.

Выводы. В этой статье представлено углубленное рассмотрение деятельности по параметрическому проектированию и проанализированы три различных творческих ППР: окончательный, подтверждающий и моделирующий ППР. Процессы проектирования, включающие геометрические и алгоритмические режимы, реализуют «неожиданные откры-

тия», а также смешанные формы отражения процесса проектирования в моменты принятия решений, что поддерживает повышенную креативность. Изучение методов и элементов объектов ППР представляет практическую ценность и требует дальнейших исследований. Эта статья направлена на привнесение нового взгляда на решение и популяризацию методологии ППР, его структуры и взаимосвязи с процессом творчества.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Wang, Y.; Ruhe, G.* The Cognitive Process of Decision Making // Int. J. Cogn. Inform. Nat. Intell. 2007, № 1, p. 73–85.
2. *Holzer, D.; Hough, R.; Burry, M.* Parametric Design and Structural Optimisation for Early Design Exploration // Int. J. Archit. Comput. 2007, № 5, p. 625–643.
3. *Jones, J. C.* A Method of Systematic Design // In Conference on Design Methods; Oxford, UK, 1963; p. 53–73.
4. *Oxman, R.* Digital architecture as a challenge for design pedagogy : Theory, knowledge, models and medium // Des. Stud. 2008, № 29, p. 99–120.
5. *Stempfle, J.; Badke-Schaub, P.* Thinking in design teams – An analysis of team communication // Des. Stud. 2002, № 23, p. 473–496.
6. *Lee, J. H.; Ostwald, M. J.; Gu, N.* Design Thinking: Creativity, Collaboration and Culture; Springer International Publishing : Cham, Switzerland, 2020.
7. *Ochoa, C. E.; Capeluto, I. G.* Strategic decision-making for intelligent buildings: Comparative impact of passive design strategies and active features in a hot climate // Build. Environ. 2008, № 43, p. 1829–1839.
8. *Montgomery, H.* The search for a dominance structure in decision making // Examining the evidence, NJ, USA, 1993; p. 182–187.
9. *Bilda, Z.; Demirkan, H.* An insight on designers' sketching activities in traditional versus digital media // Des. Stud. 2003, № 24, p. 27–50.
10. *Lubart, T. I.* Models of the Creative Process: Past, Present and Future // Creat. Res. J., 2001, № 13, p. 295–308.
11. *Lee, J. H. and Ostwald, M. J.*, Creative decision-making processes in parametric design // Buildings, 2020, № 10(12), p. 242.
12. I*brahim, R.; Pour Rahimian, F.* Comparison of CAD and manual sketching tools for teaching architectural design // Autom. Constr., 2010, № 19, p. 978–987.
13. *Rosenman, M. A.; Gero, J. S.* Creativity in design using a design prototype approach // In Modeling Creativity and Knowledge-Based Creative Design; NJ, USA, 1993; p. 119–148.
14. *Badke-Schaub, P.; Gehrlicher, A.* Patterns of decisions in design: Leaps, loops, cycles, sequences and meta-processes // ICED 03, Stockholm, Sweden, 2003; p. 313–314.

15. *Hopfe, C. J.; Augenbroe, G. L. M.; Hensen, J. L. M.* Multi-criteria decision making under uncertainty in building performance assessment // Build. Environ., 2013, № 69, p. 81–90.
16. *Hasirci, D.; Demirkan, H.* Understanding the e ects of cognition in creative decision making: A creativity model for enhancing the design studio process // Creat. Res. J. 2007, № 19, p. 259–271.

ПРОЕКТНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК СИТУАТИВНАЯ СИСТЕМА И ДИНАМИЧНОЕ СОСТОЯНИЕ

PROJECT REALITY AS A SITUATIONAL SYSTEM AND DYNAMIC STATE

В. И. Коломиец
V. Kolomiets

Белорусская государственная академия искусств
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State Academy of Arts
Minsk, Republic of Belarusт
e-mail: kafedra.promdiz@gmail.com

Анализируется проектная реальность в единстве объективной и субъективной реальностей, как динамичное отношение во временном контексте субъекта проектирования и его окружающей реальности с объектом проектирования и его окружающей реальностью , которые образуют динамичную ситуативную систему.

Показано, что представления о проектной реальности формируются, базируясь на прошлом состоянии реальности, и носят релятивный характер, а проектные решения на их основе, экстраполированные в будущее, имеют вероятностную природу.

Ключевые слова: реальность; качество; время; динамика; ситуативная система; релятивность; вероятность.

Analysis of a project reality, as a unity of objective and subjective realities, dynamic relationship in time context between subject of a project and its surrounding, with object of a project and its surrounding , which creates dynamic situational system.

It had shown, that views on a project reality are forming, based on previous condition, and carry relativistic character, while protect decisions, based on it, when are extrapolating into the future, have a probabilistic nature.

Keywords: reality; quality; time; dynamics; situational system; probability

---

Дизайн как проектная деятельность по определению направлена на разработку нового качества объекта проектирования, его функционировании в реальности будущего и основывается на адекватном представлении об этой реальности.

Однако в проектной практике реализованные решения иногда оказываются неэффективными в условиях новой реальности или вообще не находят своего потребителя по причине неадекватного представления об этой реальности. Тем не менее, понятию «проектная реальность» в контексте времени в теории и практике дизайн-проектирования уделено недостаточно внимания.

Дизайн как проектная деятельность базируется на знании о настоящем как реальности и представлении о будущем, основанном на прогнозе развития существующей реальности, что ставит задачу осмысления понятия реальности, в частности проектной реальности, как движение ее во времени.

Само понятие реальности возникло на основании исходного понятия предметности (*realis* (лат.) – вещественный, действительный), чувственно воспринимаемой человеком и позиционно противостоящей ему как вне положенная статичная сущность вне времени, что недостаточно и не обладает объяснительным основанием понимания реальности во времени. Поэтому в самом общем приближении реальность в контексте времени можно определить как универсальное материальное пространство взаимодействующих сущностей, качество которых бесконечно изменяется с присущей их природе скоростью, что генерирует бесконечный процесс изменения качества всего материального пространства.

В такой трактовке произойдет сдвиг парадигмы реальности с предметности на процесс изменения его качества. В таком случае каждая сущность реальности в результате внутренних и внешних взаимодействий проходит стадии становления, развитого состояния и стадии деградации качества, и в зависимости от скорости изменения своего качества, имеет определенную индивидуальную длительность качественного состояния по отношению к длительности качественного состояния других сущностей.

Однако эти качественные микроизменения качества ультимативного в нулевой точке бифуркации переходят из состояния актуальной реальности в новую реальность как процесса, где нет статичного состоянию прошлого, настоящего и будущего, а только лишь бесконечное, тотальное изменение качества всего сущего.

Так как каждая сущность в динамичной реальности, ее качественное существование зависит от взаимодействия ее с другими сущностями, как своим окружением, от их качественных состояний, то бытие любой сущности есть всегда *со-бытие*, сосуществование как их динамичное совместное со-стояние, которое диалектически стремится к гармоническому состоянию организованности и разнообразия отношений через циклическую смену этих состояний.

Однако без психологического рефлектирующего индивида, практически взаимодействующего с окружающими его сущностями как условия своего бытия и формирующего в сознании представление о реальности это понятие бессмысленно.

Представление в сознании психологического индивида динамики изменения качества сущностей окружающей действительности как реальности приводит к выделению в этом процессе временных фаз настоящего реального состояния качества наблюдаемых объектов, их прошлого качественного состоянию и будущего, потенциальности состояния как информационных объектов, где прошлое предстает как информационный след прошедшей реальности, актуальная реальности являет собой отражение синхронно с субъектом отражения скорости изменения качества окружающей действительности, а будущее выступает как идея изменения качества существующей реальности в проблемных областях своего бытия.

При этом психологический индивид как целеустремленная сущность стремится заполнить пустое пространство будущего положительным содержанием, что и является смыслом и целью его бытия. Так как психологический индивид сам является составной частью объективной реальности, то его представление о внешней, объективной по отношению к нему реальности выступает как его субъективная психологическая реальность. Поэтому проектировщик как психологический индивид являясь частью объективной реальности, профессионально позиционирует себя субъектом проектирования по отношению к объективной реальности, которая выступает в качестве его окружения, а также определяет объект своей деятельности проектирования, как выделенную область из

объективной реальности, в которой возникает необходимость изменения ее качества.

Таким образом, структура проектной реальности в самом общем виде состоит из субъекта проектирования и его окружения как объективной реальности, с одной стороны, и представления в сознании об этой объективной реальности, как субъективной реальности, с другой стороны, а также объекта проектирования и его окружающей действительности как объективной реальности, которые также представлены в сознании проектировщика как субъективная реальность.

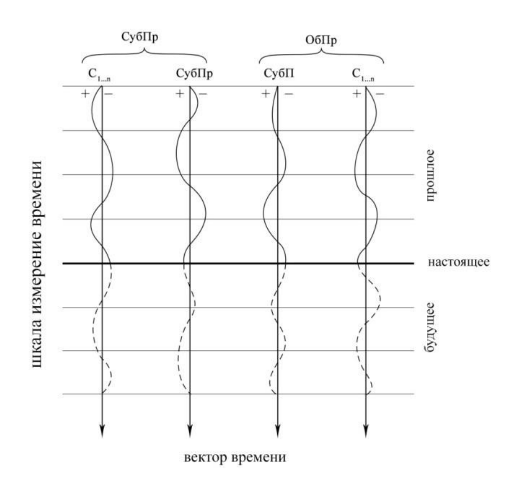


Рис. 1. Ситуативная система проектной реальности

Здесь следует отметить, что по отношению к субъекту и объекту проектирования существует корпоративный субъект – заказчик как инвестор и производитель и его окружение, а объектом выступает деятельное бытие и предметное орудийное наполнение бытия субъекта потребления. В таком случае объект проектирования как субъект потребления для проектировщика выступает в составе субъективной реальности континуума сознания потребителя и объективной реальности его деятельного бытия, а также его объективного окружения

Окружающая действительность субъекта проектирования состоит из необходимого в данной проектной ситуации сущностей, которые высту-

пают факторами, детерминирующие процесс и результат проектирования, производства и потребления.

Структуру и взаимодействие элементов проектной реальности можно проиллюстрировать графически (*Рис. 1*).

В ней отражено пространство субъекта проектирования (Суб. Пр.) в составе субъекта проектирования и его окружения, состоящее из некоторого числа взаимодействующих с ним сущностей (С1…n.), а также объекта проектирования (Об. Пр.) как субъекта потребления (Суб. П) и его окружения, как совокупности детерминирующих его сущностей (С1…n), которые взаимодействуют и измеряются согласно принятой шкале измерения во времени.

Это пространство взаимодействия для субъектов как психологических индивидов имеет информационное прошлое как статичная фиксация прошлого состояния, текущее настоящее как движущаяся во времени граница перехода из прошлого в будущее. Будущее является генетически детерминированным прошлым состоянием новое качественное состояние реальности.

Эти сущности как факторы имеют определенную скорость изменения своего качества. Каждая фаза качества этих сущностей может быть с положительным (+) или отрицательным (-) значением для реализации целей субъекта и объекта проектирования и образуют во времени динамичную ситуативную систему отношений.

В процессе проектирования исходные представления о реальности качественного состояния окружения как факторов субъекта проектирования и представления о реальном качественном состоянии объекта проектирования и его окружения, формируются с некоторой скоростью, которая по принятой временной шкале имеет временную длительность. Чем выше скорость изменения объективной реальности объекта проектирования и его окружения по отношению к скорости формирования представления о ней, тем больше временной разрыв между ними и наоборот, чем меньше скорость изменения реальности или выше скорость формирования представления о ней, тем меньше временной разрыв между ними. Скорость изменения качества в системе шкалы измерения времени обуславливает длительность качественного состояния объекта и субъекта проектирования. Чем меньше скорость изменения качественного состояния объекта проектирования, тем больше устойчивость и стабильность его реального состояния и наоборот, чем выше скорость изменения качественного состояния объекта проектирования и его окру-

жения по отношению к скорости изменение качества субъекта проектирования уменьшает его возможности эффективно реагировать на эти изменения.

Таким образом, проектная реальность выступает как представление о соотношении скоростей изменения качественных состояний субъекта и объекта проектирования, как длительности их качественных состояний. Эти представления, как информация об объективной действительности по отношению к процессу проектирования, выступают как представления о ее прошлом качественном состоянии.

Таким образом, проектные представления и проектные решения во времени формируются относительно прошлого состояния реальности и носят релятивный характер.

Формирование представления о реальности на основании представлений прошлого времени, экстраполяция проектного решения на основании этих представлений в будущее показывает, что проектирование, его решения носят вероятностный характер как возможность соответствия проекта объективной реальности в будущем (*Рис. 2*).

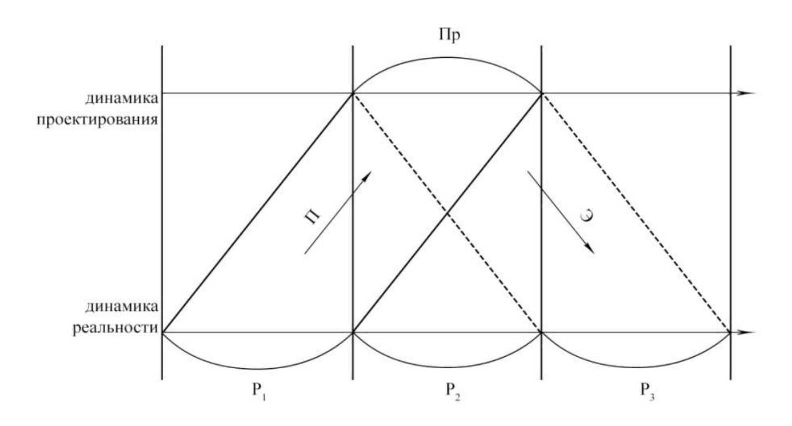


Рис. 2. Динамика проектирования и реальности

В этой схеме представлено взаимодействие в динамике пространства реальности и его временных фаз (Р1; Р2; Р3) и динамики пространства проектирования (Пр). Субъект проектирования, его представление (П)

о реальности в фазе (Р1), есть прошлое по отношению к проектированию (Пр) находящегося во временной фазе реальности (Р2). Экстраполяция (Э) на основе этих представлений проектного решения в будущее, предполагаемую реальности (Р3), которая в силу динамики качества реальности не идентична фазе реальности (Р1) обуславливает это решение состоянием реальности (Р1), а не состоянием реальности (Р3) или, по другому, основывается на неадекватных представлениях о реальности существования объекта проектирования. Эта ситуация указывает на скрытую ложную методологическую позицию устойчивости и неизменности качественного состояния реальности.

Представления о проектной реальности как динамичной, ситуативной системы, изменяющей свое качественное состояние во времени, ставит ряд теоретико-методологических и практических задач.

Необходим детальный анализ структуры проектной реальности, генетических механизмов развертывания ее во времени, определения тезауруса понятий проектной реальности, формирования новой динамичной парадигмы проектного мышления. Требуется смещение акцента с представления объекта проектирования как вещи на формирование представления о пространстве всей области деятельности человека. Также необходима разработка методов и технических средств, ускоряющих процесс проектирования, формирования идеологии опережающего проектирования.

КОНЦЕПЦИИ ИДЕАЛЬНЫХ ГОРОДОВ С ТОЧКИ ЗНЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ УРБАНИСТИКИ.

CONCEPTS OF IDEAL CITIES FROM THE POINT OF VIEW OF MODERN URBANISM

М. В. Кошель
M. Koshel

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: koshel.maria5@gmail.com

В статье рассматривается история развития идеи проектирования идеального города как поиска оптимального пространства для жизнедеятельности человека. Делается обзор различных концепций и анализируется их положительные и отрицательные стороны с точки зрения современной урбанистики.

Ключевые слова: идеальный город; урбанистика; городское планирование; утопия; стратегическое планирование.

This article is discusses the history of the idea of designing an ideal city as a search for optimal space for human life. It reviews different concepts and analyses their positive and negative sides from the point of view of modern urbanism.

Keywords: ideal city; urban studies; urban planning; utopia; strategic planning.

Современный город представляет собой сложную, динамично изменяющуюся структуру, воплощающую в себе образ постиндустриального развития общества. Все составляющие современного города (горожанин, политик и среда) непрерывно трансформируются и меняют взаимоотношение друг к другу. Жизнь города всегда отражает экономические, политические, экологические изменения, происходящие в мире и в стране.

Современный город представляет собой очень разнообразное население, с разными потребностями и претензиями к функционированию, поэтому он должен обладать такой организацией функционирования, чтобы создать комфортное и разностороннее существование всех жителей. Иногда регуляция происходит сама собой, но в некоторых случаях

без строго регламентированная случаются конфликты и чрезвычайные ситуации. Для решения и предотвращения всякого рода городских проблем, для создания условий гармоничного прогрессивного и устойчивого развития городской системы создаются генеральные планы городов с учетом всех форм коммуникаций и условий.

Во все времена существовали мыслители, которые стремились создать идеальное пространство для жизнедеятельности человека, где бы каждый жил и работал комфортно и результативно. Такие концепции, именуемые «концепциями идеальных городов», ставили своей целью спроектировать универсальную структуру городской среды, которая включала в себя планировку, коммуникации, отношения и социальные роли, идеологию и законы. Начиная с античных времен, с времен *Платона* и *Гипподама*, продолжая *Томасом Мором* и *Томмазо Кампанеллой* и заканчивая *Жаком Фреско* – идея идеального города интересовала мыслителей как поиск идеального пространства для жизни свободного и счастливого человека.

Обратимся к рассмотрению развития идеи создания идеального города, остановив свое внимание на некоторых из них.

Полис времен Платона имел концентрическую структуру и статус населения понижался по мере отдаления от центра. Во главе иерархии стояли мудрецы философы, познавшие благо, среднее сословие составляли стражники, а нижнее – ремесленники, торговцы и земледельцы. Частная собственность отсутствовала.

Древнегреческий архитектор *Гипподам Милетский* предложил основополагающую структуру организации города – гипподамову сетку. Планом была не просто потенциально бесконечно продолжающаяся расчерченная территория города, но и конкретное устройство кварталов. В идеальном полисе Гипподама население также делится на три сословия: солдаты, земледельцы и ремесленники, а территория делится на священную, общественную и частную. Предложенная Платоном концентрическая структура и бесконечная сетка Гипподама находили свое отражение в последующих идеях проектирования города как в чистом виде, так и в комбинации с другими идеями организации городской среды.

В эпоху ренессанса вместе с возрождением античных идей возросло количество идей по организации городской среды обитания. В 1464 году архитектор *Филарете* в своем манускрипте описал идею нового идеального города, который он назвал *Сфорциндой* в честь *Франческо Сфор-*

ца. План города выглядел в плане как восьмиконечная звезда, вписанная в окружность круга, который был ограничен рвом.

Важный вклад был внесен Томасом Мором, который применил по отношению к своему идеальному городу понятие «утопии», которое наравне с «идеалом» говорит о недостижимости поставленной цели. Из значимых работ стоит отметить «Город Солнца» Томмазо Кампанелла и «Новую Атлантиду» *Френсиса Бекона*.

Заселяя в XVII веке Новый Свет появилась необходимость и возможность строить «с нуля», что позволило проектировщикам планировать организацию структуры города с учетом всех потребностей и особенностей. В 1730 году *Джеймс Оглторп* разработал план по которому построил город Саванна. План Оглторпа был воплощением всех основных идеалов Просвещения, включая научный подход к проектированию, гуманное отношение к потребностям человека и демократическую форму правления. План был основан на гипподамовой сетке, но каждая его структурная единица включала необходимую инфраструктуру для разумного и удобного функционирования городской среды.

В XX веке возникает большой интерес масштабным и революционным архитектурным проектам организации городской жизни. Стремительная урбанизация и технический прогресс подталкивает архитекторов, социологов и других мыслителей к созданию проектов идеальных городов. Старые районы не согласовывались с образом прогрессивного индустриального будущего и даже с образом настоящего, ассоциируемого с радио, автомобилями и самолетами. Нередко речь шла не просто о создании новых районов или городов, а о перестройке существующих, подразумевая разрушение старых построек. Вторая мировая война сильно изменила ландшафт городских построек, когда многие города и инфраструктура были разрушены. Население нужно было обеспечить дешевой жилплощадью, и в таких условиях не было ресурсов для заботы о эстетике и продуманной организации многих городов. Вместе с восстановлением разрушенного перед проектантами была поставлена задача по созданию такого городского пространства, которое могло бы развиваться в будущем.

Помимо функциональности и перспективности, актуальность приобрела идея симбиоза городской среды с природой. («город-сад» *Эбенизера*, «башня в парке» *Ле Корбюзье*). Последующие планы уже можно называть проектами городов будущего, которые концептуально отличаются от идеальных городов.

Теперь можно перейти к анализу негативных особенностей, которое были присущи в проектах и идеях идеальных городов.

Начнем с того, что многие авторы сразу осознавали утопичность своих планов, что зафиксировано в тексте. Так, например Платон через концепцию эйдосов объяснил, что то, что он называет идеальным не может быть в полной мере представлено в материальном мире, после чего предложил наилучшие формы устройства своего полиса. Томас Мор вел повествование в формате легенды о несуществующем острове и государстве (утопия – место, которого не может быть). Однако с эпохи Возрождения идея строительства идеального города обрела большую разработанность и стала включать нюансы визуальных, оформительских решений.

Наиважнейшим упущением можно считать отсутствие учета всех факторов жизнедеятельности людей или групп людей. В угоду идее о всеобщем благе предлагалось пожертвовать интересами отдельно взятых людей. Античные философы превозносили важность общественного над индивидуальным. Хотя Платон и предлагал оценку предрасположенностей для определения будущего человека, он исключал мобильность и социальные лифты. Томас Мор, уравнивая всех людей, хоть и оставил концепцию семьи, в отличие от Платона или Кампанеллы, но обесценил значимость привязанностей в ней, заставив выбирать человека между сохранением семьи и выбором профессии. К тому же, разделив людей только по сословиям, ни один не включил в проект пожилых людей, инвалидов и другие группы людей, не способные в той же мере оказывать вклад во благо процветания города.

Следующим упущением можно назвать создание жесткой структуры, не учитывающей эволюционной динамики развития сообществ внутри городов. Задавая строжайшие законы и ограничивая изменения, обусловленные прогрессом или элементарным увеличением населения, городам можно было прогнозировать консервацию и упадок. Город Пальманова в свое время не привлек новое население, и сейчас остается одним из немногих примеров реализации идеальных городов, интерес у туристов в которой вызывает лишь ежегодные праздники. План Оглторпа в городе Саванна хоть и можно считать достаточно перспективным и демократичным, поскольку в нем отсутствовал центр, кварталы были обеспечены важнейшей инфраструктурой а сетчатая структура позволяла расширять его по мере развития, был также снабжен строгими законами, которые привели к бунту и отказу от навязанных правил.

Концепция идеального города, исходя из платоновского понимания идеи, предполагает, что этот план является универсальным для воплощения городского пространства, решая все насущные проблемы, с которыми сталкивалось и может столкнуться горожанин. Все решения предполагались если не как единственно верные, но как совершенно точно рабочие, что, если притворить их в жизнь, жителей этих городов можно будет считать самыми успешными и счастливыми. В условиях не только современного, но и средневекового или индустриального города крайне наивно было отрицать уникальность ландшафта, политических перипетий, культуры и других градообразующих факторов.

Планы Жака Фреско по построению идеального общества находились на грани фантастики, ведь он допускал, что поведение человека определяет лишь среда. Фреско представлял человека в идеальном образе, с отсутствием индивидуальности и организовывалось на основе алгоритмов. Такое представление, даже не беря во внимание функциональные недоработоки, не дают шанса на реализацию предложенных проектов ни в прошлом, ни в настоящем или будущем [1].

Теоретики архитектуры *Вячеслав Глазычев* и *Олег Баевский* отмечают, что основой привлекательности города становится право выбора, во многом отсутствующее в условиях жизни вне большого сообщества. Так же они утверждают, что город интересен своим отклонением от нормы, индивидуальностью, неповторимостью и неправильностью. Хаос в нем присутствующий добавляет жизни.

Существуют ли в таком случае универсальные правила создания городов, придерживаясь которых можно создать все условия для гармоничного развития и комфортной безопасной жизни горожан?

Ученые и проектировщики начиная с середины XX века озадачились поиском подхода, благодаря которому все проектные решения будут вызывать минимальный диссонанс с реальностью и общественными потребностями. Этот подход в видении социолога *Люциуса Буркхардта* заключается в общении всех участников жизни города (политиков, проектировщиков и горожан) для формирования цельного плана, комплексном подходе к решению проблем и поиске первопричин, и формировании эффективных систем прогнозирования.

С конца XX века сложилась беспрецедентная ситуация, связанная с массовым распространением информационных технологий. Это привело к тому, что подавляющее число людей смогла вне зависимости от образования и подготовки получить доступ к знаниям о том, как сделать жизнь

города лучше, что послужило развитию интереса к урбанистике. Это явление особенно благотворно влияет на предложенный Буркхардтом в его книге «Переосмысление техногенной среды» [2] демократичный механизм принятия решений о формировании городской среды. Нужна формулировка экспертами предварительных вопросов, для того, чтобы общественность могла поучаствовать в принятии решений, и расстановки приоритетов. Важно также разделение полномочий, чтобы не заставлять общественность искать ответы на сугубо экспертные вопросы. В отличие от любой концепции идеального города сутью этого метода является учет мнения большинства, а не навязывание решений меньшинства большинству. Это формирует уникальный облик каждого города.

В эпоху индустриализации от граждан требовалось специфическое профильное образование, получив которое человек привязывался к своему рабочему месту. В этом заключается суть классических профессий. Но постиндустриальный период привнес большую социальную динамику, и одним из результатов этого процесса стало размытие классических и индустриальных типов профессий. Процесс также ускоряется развитием цифровых технологий. Появляется большое количество людей, которые, даже получив профильное образование, в последствии трудоустраиваются, например, в сфере услуг, не по специальности; или продолжают многократно менять квалификацию. То есть место работы будет многократно меняться, требуя пластичности и мобильности. И если в таких изменчивых условиях невозможно спрогнозировать жизнь отдельно взятых людей, как можно задать жесткую структуру, в которой они будут существовать.

Исходя из этих рассуждений, Буркхардт предлагает перспективные проекты внедрять постепенно. Таким образом появится возможность корректировать их в соответствии с обновляющейся средой и прогрессирующими требованиями. Эта формулировка исходит из понятия автора о планировании без ограничений (*open-ended planning*), в котором говорится о том, что не только в случае перспективного планирования стоит оставлять пространство для физических и идеологических корректировок.

Клаус Криппендорф в своей знаменитой книге «Семантичеесккий поворот: новые основания дизайна» [3] отмечал, что приоритет сместился с прагматических качеств проектируемого объекта на то, как с ним будет взаимодействовать пользователь, какие эмоции будет испытывать. Это в том числе значит, что целью урбанистики должны быть не

решение чисто прагматических задач по размещению жилья и элементов инфраструктуры исходя из численности населения и особенностей ландшафта, а забота об интересах граждан, их благополучии, уникальных потребностях.

Нирадж Верма, рассуждая о противоречиях между теорией и практикой проектирования городской среды, приходит к выводу, что, придерживание строгих правил в городском планировании, в попытках все просчитать и учесть, лишают город гибкости и уникальности в его развитии [4].

Помимо глобальных тенденций и ориентиров, касающихся приоритетов, расставляемых для учета потребностей горожан и повышения их благополучия, сформировался комплекс конкретных требований к проектным решениям городов.

- Снижение этажности. В условиях малоэтажной квартальной застройки наблюдается создание более тесных соседских сообществ, формирующих чувство безопасности и условия для взаимовыручки. Однако для предоставления выбора и возможности реализовывать потенциал не только свободных земель, но и специфически застроенных центральных районов предлагается также варианты домов как с большим количеством этажей, так и таунхаусы, где это возможно.
- Приоритет должен быть отдан пешеходам, а не автовладельцам. Благоприятные условия для существования должны обеспечиваться безопасными переходами, понижением допускаемых скоростей на дорогах, сужение дорог, развитая система общественного транспорта и сеть велодорожек.
- Размер города должен быть обеспечен транспортом, обеспечивающим скоростное по нему передвижение, а объекты инфраструктуры первой необходимости, а также общественно важные учреждения должны находиться зоне досягаемости любого горожанина.
- Планирование города полицентричным, что позволит равномерно распределить автомобильный трафик и поток людей. Разделение центра и периферии в городской среде дает право выбора, а создание множества точек притяжения сделает их более доступными и разноплановыми.

После рассмотрения планов идеальных городов и современной альтернативы стоит сделать вывод, что нельзя считать урбанистические законы окончательными и универсальными и в этом их преимущество.

Каждый город уникален как по объективным критериям, так и по атмосфере, сформированной историей и подкрепляемой социумом с неповторимым менталитетом. Как бы не пытались архитекторы начиная с античности и до наших дней, не существует такого плана города, который бы одинаково работал в Европе и Азии или даже в пределах одной страны. Потому правила должны направлять творческие замыслы проектанта, а не ограничивать или исключать его из процесса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Фреско Ж.* «Проект Венера» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://designing-the-future.org/the-venus-project-faq/. – Дата доступа: 05.12.2021
2. *Burckhardt L.* Rethinking man-made environments. Vienna & NY : Springer, 2012.
3. *Krippendorff K.* The semantic turn: a new foundation for design». London * NY ; Taylor&Francis : CRC Press. 2006.
4. *Banerjee T.* Companion to Urban Design. NY : Routledge, 2011.

КУЛЬТУРНАЯ АНТРАПАЛОГІЯ ДЫЗАЙНА

CULTURAL ANTHROPOLOGY OF DESIGN

А. Д. Крывалап
A. Krivolap

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў
Мінск, Беларусь
Belarusian State University of Culture and Arts
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: email2krivolap@gmail.com

Артыкул прысвечаны разгляду магчымасцей выкарыстання канцэпцыі антрапалогіі дызайну для разумення сучаснай культуры ў межах культуралогіі. Антрапалогія дызайну разглядаецца ў кантэксце канвергенцыі дзейнасці даследчыкаў антраполагаў і дызайнераў практыкаў. Прадстаўлены варыянты разумення антрапалогіі дызайну, якія былі прапанаваны такімі даследчыкамі як А. Кларк, К. Мілер, К. Мэрфі, Дж. Маркус і інш. Артыкул не спрабуе вырашыць усе пытанні звязаныя з прабле-

май антрапалогіі дызайну, а хутчэй з’яўляецца разгорнутымі ўводзінамі ў разуменне праблемы канвергенцыі ў сферы культуры.

Ключавыя словы: антрапалогія дызайну; крэсла; культурная антрапалогія; этнаграфія.

The article focuses on the possibilities of using the concept of anthropology of design to understand contemporary culture within cultural studies. The anthropology of design is viewed in the context of the convergence of activities of research anthropologists and designer practitioners. Variants of understanding the anthropology of design presented by such researchers as A. Clarke, Ch. Miller, K. Murphy, G. Marcus et al. The article does not attempt to address all issues related to the problem of design anthropology, but rather is a comprehensive introduction to understanding the problem of convergence in culture.

Keywords: anthropology of design; chair; cultural anthropology; ethnography.

Як можна падступіцца да дызайну з дапамогай антрапалогіі? Наогул, ці магчыма знайсці нейкія кропкі і скрыжаванні у якіх дызайн як з’ява культуры можа разглядацца таксама і як вынік антрапалагічнай дзейнасці?

Для большай нагляднасці звернемся да такой штодзённай рэчы як звычайнае крэсла. Магчыма, што вы чытаеце гэтыя радкі ў той час як сядзіце на зручным (спадзяюся) крэсле. Безумоўна, гісторыя дызайну ведае выбітныя прыклады крэслаў, якія на сённяшні дзень з’яўляюцца «іконамі» стылю і дасканаласці дызайнерскай думкі і творчасці. Гэта і *«Red and Blue chair»* Герыта Рытвельда, і крэсла *«Wassilly» Марсэля Брэйера*, і крэсла *«Westport» Томаса Лі*, якое стала штуршком для стварэння класічнага крэсла *«Adirondack» Ірвінам Уолпінам*. Зразумела, што гэты спіс магчыма працягваць далей. Аднак, варта паспрабаваць паглядзець на гісторыю развіцця крэслаў з іншага пункту гледжання, калі ў цэнтры разважанняў будзе не храналагічны пералік дат, калі з’явілася тая ці іншая мадэль, а якім чынам наяўнасць (адсутнасць) пэўных прадметаў мэблі дазваляюць лепш зразумець то ці іншае грамадства. Для культурнай антрапалогіі вядомы шматлікія прыклады, калі праз валоданне пэўнымі артэфактамі падкрэсліваецца сацыяльны статус уласніка. І гэта працуе не толькі на ўзроўні тубыльскіх плямёнаў, але і сучасным грамадстве XXI ст., калі залаты гадзіннік на руцэ патрэбны не толькі і не столькі для таго каб паказваць бягучы час, але перш за ўсё, імкнецца да стварэння адпаведнага вобразу свайго ўласніка.

Вернемся да крэслаў ці іншай мэблі, якая таксама можа выконвацца не толькі ўтылітарныя функцыі, але і падкрэсліваць сацыяльную няроўнасць. «Крэслы, зэдлікі і лаўкі выкарыстоўваліся ў Егіпце і Месапатаміі па меншай меры 5000 гадоў таму. У той час як абывацелі і рабы сядзелі на зэдліках або лавах, цары, святары і іншыя ўзвышаныя асобы ў Старажытным Егіпце выкарыстоўвалі крэслы. Кітайцы пачалі выкарыстоўваць крэслы даволі позна ў сваёй гісторыі: 2000 гадоў таму яны сядзелі на падлозе, як гэта робяць японцы і карэйцы сёння. У Паўднёвай і Паўднёва-Усходняй Азіі крэслы ніколі не сталі прадметамі агульнага карыстання» [1, p. 125]. Вынаходніцтва мэблі было часткай канструявання сацыяльнай няроўнасці. Калі замест прыродных цялесных практык ствараюцца новыя. Калі пытанне зручнасці і камфорту атрымлівае не біялагічнае, а сацыяльнае і культурнае гучанне. Культурныя ўяўленні пра зручнае і нязручнае, як і пра прыгожае і жудаснае, з’яўляюцца вынікам развіцця культуры. Таму з’яўленне крэслаў, зэдлікаў, лавак, фатэляў і іншых прадметаў мэблі каб мець магчымасць сядзець – гэта не задавальненне нейкай біялагічнай патрэбы, бо сядзець можна і на кукішках, але наўпрост стварэнне адпаведнай культурным нормам і ўяўленням прылады, якая забяспечыць падтрымку нашаму целу. Ключавой тут будзе культурна дэтэрмінаваны характар позы чалавечага цела. Мы навучаемся як правільна сядзець, гэтак жа як і вучымся хадзіць. І гэта не столькі пытанне фізіялогіі, колькі засваення культурных норм. Тое, што сёння завецца цялеснымі практыкамі, штодзённыя позы нашага цела – гэта і «з’яўляецца адным з самым цікавых пытанняў ва ўсім спектры звычаяў» [2, p. 728]. Атрымліваецца, што ў працэсе даследавання культурнай разнастайнасці для антрапалогіі непазбежным будуць пытанні пра незвычайныя практыкі і тэхнікі цела, а таксама і ў дачыненні да адпаведных прылад, якія і робяць гэтыя практыкі магчымымі. Такім чынам, дызайн штодзённых побытавых рэчаў – гэта не толькі пра эстэтыку і функцыі, зручнасць і камфорт, але і пра канструяванне лакальных культурных каштоўнасцей і нормаў, што маюць непасрэднае дачыненне да падпарадкавання цялеснасці.

Мэта гэтага артыкула паказаць магчымасці культурнай антрапалогіі для інтэрпрэтацыі дызайну як аб’екта даследавання сучаснай культуры.

Шукаючы магчымыя сувязі паміж антрапалогіяй і дызайнам, магчыма знайсці выказванні даследчыкаў, што «ў апошнія дзесяцігоддзі ў культуры дызайну адбыўся сейсмічны зрух, у выніку якога «карыстальнікі» і метады антрапалагічнага даследавання сталі ключавымі сродкамі рас-

шыфроўкі нюансаў аб’ектна-суб’ектных адносін. Але антрапалагічны аб’ект, няхай гэта будзе малаток *Халяйна*, інуіцкае сховішча *Папанэка* ці сялянская прылада Суперстудыё, ужо даўно стаў каханай музай крытычна настроеных дызайнераў» [3, p. 86]. Што ў чарговы раз паказвае, якія чынам антрапалогіі можа не абмяжоўвацца месцам акадэмічнай дысцыпліны, але і быць эфектыўнай і практыка-арыентаванай.

Магчыма, што адной з галоўных адметнасцей антрапалогіі дызайну можа быць «прамы акцэнт на карыснасці, і сапраўды, неабходнасць этнаграфічных метадаў для гуманістычнага тыпу дызайну, які ўлічвае жывыя культурныя міры, населеныя праектаванымі рэчамі і іх карыстальнікамі» [4, p. 252]. Як антрапалогія з дапамогай этнаграфічных метадаў імкнецца растлумачыць карыснасць і сэнс ціх ці іншых артэфактаў, так і дызайн прагне карыснасці, а не ўпрыгожвання дзеля прыгажосці.

Антрапалогія дызайну – гэта не проста сітуацыя, калі дызайнеры ўлічваюць пажаданні будучых карыстальнікаў ці звяртаюць увагу на лакальныя культурныя адметнасці, як гэта неаднаразова рабілася антраполагамі падчас этнаграфічных экспедыцый. Замест гэтага неабходна актыўнае ўзаемадзеянне з практыкамі, бачанне будучыні, надзённымі пытаннямі дня і кантэкстам выкарыстання распрацоўваемых рэчаў. «Антрапалогія дызайну мае сваім аб›ектам не толькі мір і практыкі карыстальнікаў, але і практыкі і кантэксты самога працэсу дызайну. Яна дзейнічае на скрыжаванні практык і кантэкстаў выкарыстання і праектавання» [5, p. 187].

Дызайн і антрапалогія не проста адлюстроўваюць, але актыўна ўзаемадзейнічаюць з практыкамі і перспектывамі адзін аднаго. Дызайн антрапалагічных палявых работ – гэта сумесныя намаганні паміж дызайнерамі і антраполагамі, якія вывучаюць, канцэптуалізуюць і эксперыментуюць з патэнцыяльнымі адносінамі паміж людзьмі, практыкамі і рэчамі, што патрабуе сталай рэфлексіі і пераасэнсавання. Вынікам гэта можа быць не проста перадача дэталёвых апісанняў цяперашніх практык карыстальнікаў у якасці сыравіны для ўяўлення дызайнераў аб іх будучых прадуктах, а пра «вывучэнне і працу з канцэптуалізацыямі і перабудовай адносін паміж людзьмі і рэчамі, каб павысіць творчы патэнцыял дызайнераў і карыстальнікаў» [5, p. 188].

Такім чынам антрапалогія дызайну – гэта «новая трансдысцыплінарная вобласць, якая характарызуецца падыходам, які аб’ядноўвае антрапалагічныя метады, тэорыю, рамкі і крытыку з прынцыпамі і практыкамі праектавання для вырашэння ўсё больш шырокага кола складаных

праблем на сістэмным узроўні, з якімі сутыкаюцца сучасныя грамадства, інстытуты і арганізацыі» [6, p. 8–9]. Але гэта трансдысцыплінарнасць часам з'яўляецца дадатковай перашкодай для разумення ўнікальнасці дадзенай з'явы, бо часам гэта пачынае нагадваць творчы хаос усяго і адразу. «Антрапалогія дызайну з'яўляецца часткай шырокага руху дысцыплінарнай канвергенцыі, які стварае патэнцыял беспарадку, парушаючы дысцыплінарныя межы і новы парадак праз з'яўленне гібрыдызаваных абласцей вытворчасці ведаў» [6, p. 99].

Пры гэтым антрапалогію дызайну не варта блытаць з этнаграфічным дызайнам, якія імкнецца стылізаваць адценні этнічнасці і ўпісаць іх кантэкст сучаснай культуры спажывання. «Антрапалогія дызайну з'яўляецца антытэзай гэтага адлюстравання этнаграфіі ў сілу яе пастаяннай засяроджвання на дынамічных, пачатковых момантах як на гарніле, у якім наспяваюць трансфармацыйныя змены» [6, p. 100].

Напэўна, варта паказаць магчымыя агульныя падыходны і памкненні дызайну і культурнай антрапалогіі, каб лепей зразумець гэта новаствор採 праект антрапалогіі дызайну. Калі месца сутыкнення і ўзаемадзеяння дызайну і антрапалогіі з'яўляецца этнаграфія – «складаны спосаб узаемадзеяння, які ляжыць у аснове антрапалогіі і які апынуўся гэтак карысным для шматлікіх абласцей дызайну. Этнаграфія – гэта абавязковая наяўнасць поля, як метадалагічнага так эмпірычнага» [4, p. 254]. Для антрапалогіі этнаграфія – гэта адзін з магчымых метадаў збору эмпірычнай інфармацыі. Для дызайну этнаграфія – гэта магчымасць убачыць і зразумець практыку карыстальнікаў падчас узаемадзеяння з аб'ектам дызайну.

Таксама даследчыкі антрапалогія дызайну вылучаюць некалькі прынцыповых агульных момантаў, якія дазваляюць зразумець магчымасці падобнай канвергенцыі. Абапіраючыся на тэкст *К. Мэрфі* і *Дж. Маркуса* сфармулюем сем базавых момантаў [4, p. 257–261]:

1. Дизайн і этнаграфія існуюць як прадукт і працэс. Фактычна яны адначасова могуць быць вынікам працы і ў самой працай, якая імкнецца да гэтага выніку.
2. Дызайн і этнаграфія спасылаюцца не толькі на прадукцыю, якую вырабляюць дызайнеры ці збіраюць этнографы, але і на складаныя працэсы, з дапамогай якіх гэтая прадукцыя вырабляецца – працэсы, якія амаль цалкам схаваныя за іх спажывецкай формай. Выніковыя прадукты атрымліваюць большую ўвагу ад тых, хто іх спажывае, чым увесь працэс іх стварэння і размеркавання.

3. Дызайн і этнаграфія арыентаваны на даследаванні . Навучанне як дызайну, так і этнаграфіі ў значнай ступені грунтуецца на культываванні разумення таго, што было раней, у тым ліку імён і твораў уплывовых папярэднікаў, але разам з гэтым назіраецца імкненне да вывучэння сучаснасці і найбольш актуальных практык.
4. Дызайн і этнаграфія з трывогай арыентаваны на людзей. Што рабіць калі карыстальнікі парушаюць распрацаваныя правілы абыходжання са створанымі рэчамі? Ці вінаваты людзі, якіх даследуюць антрапалагі, што іх паводзіны не ўпісваюцца ў наяўныя тэорыі і тлумачэнні? Так ці інакш, але ўзаемадзеянне паміж людзьмі, прама ці ўскосна, вядзе да нечаканых і непрадказальных наступстваў.
5. Дызайн і этнаграфія служаць большаму, чым толькі самі рэчы. На эмпірычным узроўні антрапалагі і дызайнеры працуюць з адносна не глабальнымі мэтамі – стварыць зручнае крэсла або растлумачыць пэўны рытуал – яны заўсёды звязаны з чымсьці большым, з нейкай звышзадачай. Дызайн, які сёння глыбока ўкараніўся ў капіталістычнай сістэме вытворчасці, распрацоўваецца не дзеля высокага мастацтва, а аглядаючыся на патрэбы спажыўцоў.
6. Дызайн і этнаграфія прадугледжваюць рэфлексіўнасць падчас дзейнасці. Выкарыстання нататніка для фіксацыі ўласных эмоцый, думак і адчуванняў для антрапалогіі сёння з'яўляецца стандартам якасці. Гэтак жа як і для дызайнераў ёсць магчымасць паказаць і расказаць якім чынам яны зрабілі той ці іншы праект.
7. Дызайн і этнаграфія грунтуюцца на розных педагагічных падыходах і інфраструктуры. З аднаго боку, дызайнерская адукацыя вельмі структуравана, звычайна будуецца вакол выканання канкрэтных практычных праектаў. З іншага, фактычна не існуе аднаго агульнапрынятага метаду выкладання антрапалогіі і этнаграфіі.

Падсумоўваючы, варта адзначыць, што паспяховыя антрапалагічныя даследаванні непазбежным чынам будуць закранаць пытанні штодзённасці, а значыць і разнастайныя побытавыя рэчы, якія па вызначэнні з'яўляюцца вынікам дзейнасці дызайнераў. І ў той жа час, для антрапалогіі менавіта гэтыя ж самыя рэчы будуць вельмі прывабнымі і цікавымі артэфактамі, з дапамогай якіх будзе магчыма патлумачыць адметнасці той ці іншай культуры.

Антрапалогія дызайну, як трансдысцыплінарны праект дазваляе разглядаць дызайн як у кантэксце культурных практык штодзённасці, так

і ў непарыўнай сувязі з пэўнымі лакальнымі культурам, з усімі іх традыцыямі і каштоўнасцямі.

Магчыма, культурная антрапалогія сёння з'яўляецца не толькі і не столькі крыніцай натхнення для дызайнераў, якія блукаюць у пошуках аўтэнтычнасці ці этнічнасці, але і нешта накшталт зваротнай сувязі для спажыўцоў і карыстальнікаў.

Антрапалогія дызайну – гэта не проста спроба ў чарговы раз вынайсці кола, прыдумаць ровар ці унікальнае крэсла з пэўным аздабленнем лакальнай культуры. Хутчэй антрапалогія дызайну – гэта магчымасць уключыць як вынікі, так і сам працэс дызайну ў сферу даследаванняў культурнай антрапалогіі. Калі даследчыкаў цікавіць не толькі гісторыя з'яўлення пэўных артэфактаў, але і сацыяльна-культурныя наступствы іх выкарыстання для грамадства.

БІБЛІЯГРАФІЧНЫЯ СПАСЫЛКІ

1. *Hewes G.* The anthropology of posture. // Scientific American. 1957. Vol. 196. №. 2. P. 122–133.
2. *Kreober A. L.* Handbook of the Indians of California. Washington : Govt. Printing Office, 1925.
3. *Clarke A. J.* The Anthropological Object in Design: From Victor Papanek to Superstudio // Design anthropology: object culture in the 21st century Vienna : Springer, 2011. P. 74–87.
4. *Murphy K.* Epilogue: Ethnography and Design, Ethnography in Design Ethnography by Design. // Design Anthropology: Theory and Practice / ed. by Gunn W., Otto T., Smith R. London : Bloomsbury Academic, 2013. P. 251–268.
5. *Kjærsgaard M.* Anthropological Fieldwork and Designing Potentials. // Design and Anthropology / ed. by W Gunn, J. Donovan Farnham : Ashgate Publishing, 2012. P. 177–191.
6. *Miller Ch.* Design + anthropology: converging pathways in anthropology and design. New York : Routledge, 2017.

4. *Murphy K.* Epilogue: Ethnography and Design, Ethnography in Design Ethnography by Design. // Design Anthropology: Theory and Practice / ed. by Gunn W., Otto T., Smith R. London : Bloomsbury Academic, 2013. P. 251–268.

АРХИТЕКТУРНАЯ СРЕДА И ЕЕ ВОСПРИЯТИЕ ГОРОДСКИМИ ЖИТЕЛЯМИ

ARCHITECTURAL ENVIRONMENT AND ITS PERCEPTION BY CITY RESIDENTS

С. Н. Островский, С. С. Мартыненко
S. Ostrovsky, S. Martynenko

Белорусский государственный экономический университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State Economic University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: ostrova@tut.by

Мы редко задумываемся над тем, какое значение в нашей жизни имеет архитектура. Наше состояние тесно связаны с формами и цветовой гаммой, наполняющими окружающую среду, которая в большинстве своем является урбанизированной, что предполагает наличие в ней архитектурных форм. В статье приводятся данные исследования, а также предпринята попытка оптимизации проектирования архитектурной среды с целью улучшения ее восприятия городскими жителями.

Ключевые слова: архитектурная среда; восприятие; дизайн; пространство; цвет.

We rarely think about the importance of architecture in our lives. Our condition is closely related to the forms and colors that fill the environment, which is mostly urbanized, which suggests the presence of architectural forms in it. The article presents research data, as well as an attempt to optimize the design of the architectural environment in order to improve its perception by urban residents.

Keywords: architectural environment; perception; design; space; color.

Архитектурная форма – один из самых сильных инструментов влияния на психическое состояние человека. Формы бывают перетекающими и плавным, прямолинейными и угловатыми, продолговатыми и сжатыми.

Плавные формы ассоциируются с природными формами, чем-то приятным, содействует потоку мыслей в сознании горожан, придают ощущение доверия. Эти формы не влияют на психическое состояние человека, как нечто негативное. Влияние на человека происходит неосязаемо самим человеком. Такие формы зданий стали популярными

в современной архитектуре. Архитектура – наука и искусство постоянно идущее в ногу со временем, исходя из потребностей и желаний человека, проживающего в проектируемой среде. На данный момент тенденция домов «коробок» практически изжила себя и на смену им пришла «жидкая архитектура» [1, с. 75].

В современном мире идет тенденция на постройку высотных зданий. Это обусловлено тем, что таким образом можно сэкономить площадь земли. Из-за того, что города с каждым годом расширяются и очень плотно застраиваться выход был найден в постройке зданий не занимающих, большую площадь на земле, а «растущих в небо». Хорошо ли это для человека? Вопрос довольно спорный. Высотные здания могут спровоцировать развитие психических заболеваний. Высотные здания являются доминантой, притягивающей внимание горожан и отвлекающей их от исторической застройки.

Очень мало примеров того, когда на постсоветском пространстве высотки, превышающие этажность выглядели бы пластично. Строительство зданий с повышенной этажностью в сердце городов, в которой главной доминантой является историческая застройка выглядят очень циничными. Инсоляция — количество солнечного света, получаемое поверхностью. Высотки способны нарушать инсоляционные параметры других зданий, загораживать свет, небо и уменьшать обзор. А проблема тени была решена давно с помощью зелёного убранства города: платанов, лип, дубов и других деревьев. Отсутствие солнечного света очень негативно сказывается на состоянии человека. Он ощущает себя более усталым, его настроение портится, а иногда у человека и вовсе может повышаться кровяное давление [2].

Малоэтажные здания положительно влияют на психическое состояние человека потому, что они создают ощущение уюта, тепла и «дома». Малоэтажные здания придают человеку ощущение того, что он близок с природой. Ощущение защищенности в такой среде тоже ярко выражено. Человек не чувствует себя подавленным из-за масштабности и монументальности, окружающей его среды. Человеку ничего не закрывает небо и солнце. Нет лишних теней, которые бы вводили человека в состояние апатии и подавленности.

В ходе проводимого исследования ставилась цель, которая заключается в изучении психологического восприятия архитектурной среды городскими жителями, их отношения к различным архитектурным объектам, влияние колористки архитектурной среды на психологическое со-

стояние и поведение городских жителей, как они видят окружающую их среду, как они ее переживают.

В ходе исследования, с помощью тестирования, было изучено мнение 97 человек возрастом от 18 до 27 лет (41 % – мужского и 59 % женского пола).

По результатам опроса было установлено, что большинство респондентов (62 %) высказывают негативное отношение горожан к архитектурной среде города Минска. Объяснено это было тем, что они считают, что город Минск ассоциируется у них с серым цветом и подавляющее количество застройки в городе – многоэтажные жилые здания советского типа.

На вопрос о том, архитектура какой страны кажется респондентам более привлекательной, подавляющее большинство (50 %) ответило, что более привлекательной для них является архитектура США и Китая, а также ряда других стран (38 %). Увы, но ни один из опрашиваемых не ответил, что архитектура Беларуси кажется им самой привлекательной. Для этого необходимо обратить внимание на то, чем эти страны являются привлекательными для жителей города Минска. Необходимо сопоставить то, что выделяет эти страны среди других стран и найти то, что выделяет нашу страну. Найдя эти элементы, все что необходимо сделать – подчеркнуть элементы Белорусской архитектуры, которые будут выделять нашу страну среди других стран. Это сделает архитектурную среду города Минска привлекательной не только для туристов из других стран, но и для самих минчан.

На вопрос о том, какое здание Минска можно считать символом города мнения респондентов разделились между Национальной библиотекой (30 %) и железнодорожным вокзалом (30 %). Это объясняется тем, что люди, которые прибывают в Минск, в первую очередь видят Минский железнодорожный вокзал, поэтому он и ассоциируется у людей с символом города. Так же он имеет яркий и выразительный образ, относительно схожей между собой.

Вокруг Национальной библиотеки возникало и возникает немало дискуссий. Но как бы этот объект не нравился многим людям, в любом случае он вызывает много эмоций не только у жителей города Минска, но и у жителей других стран. Не стоит так же забывать о функциональности библиотеки. Она является не просто символом города, но и гордостью страны, потому что сегодня это не только богатейшее собрание книг, но и огромный мультифункциональный центр.

На вопрос о том, на какой улице приятнее проводить досуг, большая часть респондентов (38 %) ответила, что им приятнее проводить свой досуг на улице Немига. Это связано с тем, что это одна из центральных улиц, где есть возможность насладиться не только архитектурой, но и посмотреть на реку, покормить птиц, посетить кафе.

Второй по значимости для проведения досуга была определена улица Октябрьская (32 %). Эта улица является улицей, которая показала то, как из всеми забытых зданий заброшенных заводов, городские власти превратили ее в пространство для самовыражения творческой молодежи Минска.

Большей части респондентов (86 %) легко ориентироваться в городе Минске, что говорит о хорошей логистической системе города. Город Минск имеет большую площадь, поэтому это довольно редкий случай, когда человеку легко ориентироваться в городе такого масштаба. Это связано с тем, что у человека, который проживает в определенном районе, нету необходимости часто выезжать за его пределы.

Проанализировав все ответы можно выделить следующие предложения по улучшению городской среды:

- Необходимо разнообразить облик новостроек.
- Переоборудовать неэксплуатируемые заводские здания под арт-объекты.
- Переоборудовать под центры для проведения культурных мероприятий.
- Переквалифицировать неэксплуатируемые заводские здания под офисы.
- Оборудовать большее количество парков, зеленых зон, детских площадок для проведения досуга и повышения качества жизни городских жителей.
- Установить большее количество мусорных баков и контейнеров, в особенности контейнеров для сортировки мусора для улучшения городской экологии.
- Использовать при строительстве природные и экологические материалы, которые будут способствовать улучшению экологии городской среды.
- Окрашивать фасады городских новостроек в более теплые и приятные цвета для улучшения психического состояния людей.
- Использовать более необычные архитектурные формы при проектировании новых городских объектов.

На улицах города мы ежечасно сталкиваемся с рекламой магазинов и организаций. С их помощью владельцы бизнеса привлекают внимание людей, и влияют на решения человека зайти в магазин или здание после того, как он увидел привлекшее его рекламное оформление. Порой рекламные баннеры становятся полноценной частью архитектурного ансамбля в городской среде. Яркими красками они привлекают людей, а порой и отвлекают от красивой городской среды. На вопрос мешают ли рекламные вывески образу города, городские жители отвечают достаточно неоднозначно. Так, 43 % опрошенных считают, что рекламные вывески отвлекают и мешают оценить все красоту архитектурной среды в городе. Комментируют они это тем, что площадь рекламного плаката является слишком большой и яркой по площади, а порой и перекрывает некоторые архитектурные объекты, совершенно не подчеркивая их красоту. Но 53 % респондентов считают, что рекламные вывески совершено никак не отвлекают их внимание. Точнее сказать, они и вовсе не обращают на них внимание.

Архитектура зданий оказывает большое влияние на психику людей. Бедность цветовых и архитектурных решений, отсутствие уникальных строений влияют на человека отрицательно, давит на людей, погружают их депрессивное состояние. Создание домов, которые почти сидят впритык друг другу может агрессивно отразиться на жителях. Чтобы окружающая среда была благоприятной для жизни важна в целом жилая среда, то есть архитектура зданий, озеленение территории, освещение, цветовое решение и так далее. Выполнение всех этих условий намного повысит уровень жизни населения, их психологическую устойчивость. И только так можно создать гармонию между миром зданий и сооружений с миром людей [3].

При обработке данные были сопоставлены, что отражено ниже в таблице.

Как видно (*Таблица 1*) респонденты сами нашли решения проблем архитектурной среды в городе Минске при ответах на вопросы, которые относятся к предпочтениям городских жителей среди архитектурных решений городской среды непосредственно касающихся того, как архитектурная среда влияет на качество жизни городских жителей и того, что бы им хотелось в ней усовершенствовать.

Основные проблемы связаны с серостью и не интересностью архитектурных решений в городе. Этот фактор доказывает нам то, как сильно архитектурная среда влияет на наше психическое состояние.

Таблица 1.

Таблица имеющихся проблем и способов их устранения, связанных с преобразованием архитектурной среды г. Минска

Проблема	Возможное решение
Жителям не нравится архитектура г. Минска	Разнообразие в обликах новостроек
Архитектура Беларуси не кажется привлекательной	Использовать в архитектуре больше прямых и комбинированных линий.
Два объекта равнозначно считаются символами города	Обыграть и уделить больше внимания одному из объектов.
Людям не приятно проводить досуг в местах для этого не оборудованных	Сделать их более инклюзивными
Городским жителям не нравится здание Национальной библиотеки	Улучшить пространство вокруг объекта. Проектирование более значимого и яркого объекта
Город Минск ассоциируется у городских жителей с серым цветом	Использовать больше белых и желтых цветов в архитектурных объектах

Необходимо взять во внимание тот факт, что города должны быть предназначены для людей, поэтому их мнение необходимо учитывать при проектировании городской среды. Для этого необходимо тщательное изучение не только территории, где будет располагаться будущий объект, но и необходимо изучать людей, которые проживают в этом пространстве.

Кроме того, при обработке результатов опроса были определены некоторые факторы, которые необходимо учитывать при проектировании городской среды (*Таблица 2*).

Как видно (*Таблица 2*), благодаря проводившемуся анкетированию и сопутствующему интервьюированию, можно создать картину или ее часть, того, как должна выглядеть архитектурная среда, которая будет комфортна и приятна для жизни городских жителей определенного региона.

Таблица 2.
Основные факторы городской среды, выявленные в ходе опроса респондентов

Фактор для рассмотрения	**Предпочтения респондентов**
На что городские жители обращают внимание по дороге домой/работу/учебу	Обращают внимание на колористику архитектурных объектов
Окраска дома	белый
Материалы в архитектуре	стекло
Дом для жизни	Более 5-ти этажей
Формы зданий	Прямые линии
Роль парков и зеленых зон в жизни	Важная
Отношение к рекламным вывескам	Не обращают на них внимание
Ночная подсветка зданий	Нравится
Граффити	Украшение города

Архитектура отражает не просто стиль городов, она определяет образ жизни и психическое состояние городских жителей, находящихся в архитектурной среде. Архитектурные объекты отражают не просто визуальную идею своего существования, но и то, как человек переживает этот объект. Не человек решает, как ему вести себя, архитектура диктует ему, то как он будет продвигаться, то как он будет себя ощущать тех или иных зонах, то как человек будет ощущать этот объект. Поэтому для современного архитектора важно быть не только художником, но и человеком, который может придумать сценарий, которому будет следовать человек внутри архитектурной среды. «Архитектор должен быть хоро-

шим психологом, который будет чувствовать, каким образом человек реагирует на те или иные архитектурные решения» [4, с. 91].

Форма и цветовое решение архитектурного объекта, диктуемое архитектурным стилем, практически полностью определяет создаваемую им атмосферу, воздействующую на подсознание человека, что в свою очередь определяет его предпочтения.

В результате проделанной работы можно утверждать, что архитектура воздействует на подсознание человека своей визуальной составляющей. Каждый человек уникален в связи со своими особенностями психики, поэтому существуют разные стандарты комфорта для разных людей.

Полученные данные могут найти свое практическое применение не только в тех или иных отраслях научной сферы, но и в повседневной жизни каждого человека. Полученные данные представляют интерес для архитекторов и дизайнеров, занимающихся проектом жилых и общественных сооружений, а также разработкой их экстерьеров и интерьеров.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Забельшанский Г. Б., Минервин Г. Б., Раппапорт А. Г., Сомов Г. Ю.* Архитектура и эмоциональный мир человека. М. : Стройиздат, 1985.
2. *Сизый С.* Как уличное освещение может изменить город [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.the-village.ru/village/city/city-interview/145143-svetodizayn. Дата доступа: 05.03.2022.
3. *Мухамедьянова Г. С.* Влияние архитектуры зданий на психику человека. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://novainfo.ru/article/9798. Дата доступа: 05.03.2022.
4. *Цейтлина М.* Архитектура для тех, кто хочет все успеть. М. : Эксмо-Пресс, 2015.

СИМВОЛИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

THE SYMBOLIC FUNCTION OF MODERN DESIGN

Н. Ю. Фролова
N. Frolova

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
frolovanu@bsu.by

В данной статье рассматривается функциональные изменения дизайна в контексте современных процессов. Трансформационные процессы, проходящие в культуре, касаются не только расширения границ феномена, но и изменения функциональности. Сегодня, на равне с традиционно определяемым функциям дизайна, становятся актуальными и новые функции, как например – символическая.

Ключевые слова: функциональность дизайна, трансформация функциональности дизайна, символическая функция дизайна.

This article are examines the functional changes of design in the context of contemporary processes. Transformational processes are taking place in culture concern not only the expansion of the boundaries of the phenomenon, but also the fragmentation of design practice and changes in functionality. Today, along with the traditionally defined functions of design, new functions, such as the symbolic one, are becoming relevant.

Keywords: the functionality of design, the transformation of the functionality of design, the symbolic function of design.

Дизайн как феномен современной культуры подвержен постоянным трансформациям, что доказывает пролиферация термина, фрагментация практики и усложнение форм и методов проектирования. С развитием коммуникаций и технологий, которые моделируют новый образ социокультурной жизни, происходит изменение функциональности многих феноменов культуры, в том числе и дизайна.

Функции дизайна традиционно засматриваются через парадигму субъект-объектных отношений, которые проявляются в процессе решения утилитарных, художественных, социальных или иных задач. Такое

рассмотрение опосредованно сущностной природой дизайна, которая отражает единство материального (утилитарного) и нематериального (эстетического) и воплощается в продуктах, процессах и знаковых системах. Специфика определения функций дизайна состоит в том, что дизайн традиционно представляется как единство технического и эстетического, выраженное в определенной форме и имеющее определенное утилитарное значение. Через субъект-объектные отношения дизайн проявляет свои ценностные характеристики в предметно-пространственных, знаково-информационных или процессуальных системах и актуализирует свою функциональность.

Определение функций дизайна синхронизировано с процессами социокультурного развития общества и детерминации дизайна как культурного феномена. Изначально дизайн находился в положении субординации по отношению к другим художественным практикам, таким как архитектура, изобразительное искусство, декоративно-прикладное искусство. С конца XX в. положение и роль дизайна в культуре изменилось, поскольку он стал оказывать существенное влияние на другие феномены культуры и, преодолев периферийное положение, претендует сегодня на важную роль в культуротворческих процессах.

Согласно современным западноевропейским концепциям, функции дизайна можно представлять как практические и сенсуальные. Практические функции располагаются в пространстве предложенной Л. Салливаном парадигмы «форма следует за функцией», которые нашли развитие в идее «красота в дизайне является следствием чистоты функции» [3, с. 106]. Такое понимание подразумевает материально-вещественный, пространственно-процессуальный или знаково-символический продукт, который воплощен через эстетическое (художественное) образное решение. Интерес к сенсуальным функциям связан с так называемым семантическим подходом в теории дизайна и сторонниками «оффенбахского подхода». В рамках этой концепции продукт можно рассматривать как текст, как семиотическую формацию, где образ – это послание, которое можно раскрыть в процессе коммуникации. Если раньше продуктом дизайн-деятельности была вещь, то сегодня дизайнер не столько участвует в проектировании вещи, процесса или знака, сколько является важным проводником и интерпретатором между предметом и субъектом. Г. Н. Лола пишет: «Указание на функциональность и эстетические характеристики дизайн-продукта стало общим местом в рассуждениях о дизайне. Но дизайн тем и отличается от своего предтечи «художествен-

ного производства», что не совмещает одно с другим, а создает новое качество, в котором нет «красоты» и «пользы», а есть то, что Г. Земпер называет *«органически необходимым»*. Такая способность дизайна выводит его в пространство интерпретаций, при том что есть отработанные алгоритмы считывания и передачи информации» [1, с. 47].

Здесь особо надо отметить способность дизайна к комбинаторному синтезу существующих знаковых систем и созданию новых. Современный дизайн трансформирует и комбинирует знаки в новые знаки и системы, используя весь визуальный потенциал. Важной функцией современного дизайна становиться семантическая функция, когда интерпретируются и шифруются знаки, затрагивая трансцендентный смысл вещей и понятий. Задача семантической функции становиться работа с передачей сообщений и смыслов и создание новых сообщений и смыслов.

Современный дизайн значительно расширил поле своей деятельности по сравнению с дизайном прошлого века. Сегодня дизайн проектирует предметно-пространственный и знаково-символический мир культуры; отражает и транслирует ценностно-смысловые установки культуры; упорядочивает окружающий мир в контексте функционального понимания и художественно-образного видения для удовлетворения потребностей человека; организует коммуникации между людьми посредством целенаправленного создания особого пространства; промышленно воплощает художественно-образное видение и ценностно-смысловые установки через предметы, процессы и знаковые системы и создает особую форму взаимоотношения потребителя с продуктом дизайна.

Такое разнообразие задач сформировало необходимость актуализации новых функции, свидетельствующих о смене статуса дизайна. Существуют разные мнения о том, какие функции дизайна стали более значимыми в настоящее время, а какие утратили свою актуальность. Однако надо сказать, что усложнение практики дизайна и изменение его статуса в культурных и социальных процессах потребовало обозначить появление ряда новых функций. Некоторые исследователи, как например Т. Ю ыстрова, говорят о формировании новых классов функции дизайна. Так, в своей книге «Вещь, форма, стиль» она определяет функции по четырем классам. Первый класс автор определяет как посредническая функция, когда дизайн выступает как «медиум» [2, с. 58–62]. Второй класс функций связан с гармонизацией предметного мира средствами дизайна. В этот класс входят такие функции как гуманизирующая, организующая, рационализирующая, созидательная, экологическая и сиг-

нификативная [2, с. 62–95]. Третий класс описывает функции гармонизации бытия человека в культуре. Это такие функции как эстетическая, социализирующая, функция общения, гедонистическая [2, с. 95–107]. Четвертый класс определяет функции дизайна в системе культуры – актуализирующая, идеологическая, утопическая [2, с. 108–114].

Другой видный ученый *Г. Н. Лола* в своей книге «Дизайн-код» определила, что для современного дизайна главной задачей становиться создание впечатления, поскольку: «впечатление вытаскивает человека из аморфных, диффузных состояний, как бы пропуская их через структуру, «оплавляя», фиксируя, давая отправную точку для обретения нового опыта жизни» [1, с. 12]. Поэтому функция впечатления становиться главной для современного дизайна, поскольку «Дизайн-продукт должен иметь структуру впечатления и конструироваться как событие, ибо подобное притягивает подобное» [1, с. 14].

Однако, анализ современного положения дизайна дает возможность говорить о том, что объекты дизайна постепенно превращаются в нечто большее, чем просто красивые и функциональные объекты. Некоторые продукты дизайн-деятельности, теряя зачастую свое утилитарное значения, превращаются в знаки, различного ценностно-смыслового значения. Объекты или системы, спроектированные известными дизайнерами становиться символами высокодоходного индивидуального потребления. Это подтверждает развитие коллекционного дизайна, который сформировал особое пространство коллекционирования предметов дизайна, обладающих некой символической аурой. Коллекционный дизайн позитивирует себя как важный феномен современной культуры и это подтверждается ростом выставок, галерей, аукционных домов и биеналле на которых выставляются именитые дизайнеры, как например дизайн-студия *«Jop»* (Прил. 5, рис. 1) или *братья Хаас* (Прил. 5, рис. 2).

Другим фактором, подтверждающим новое символическое значение современного дизайна, можно назвать популярность и массовость потребления какого-либо продукта дизайн-деятельности. Это связано с развитие новых форм и методов коммуникации, когда некий тренд (предмет, система, знак) становиться популярным, что постепенно переводит его в пространство знаковости: «Дизайн вещи, сообщения или события – это знаковая форма данного явления» [3, с. 145].

Таким образом, современный дизайн «приобрел» или можно сказать утвердил свою новую функциональную особенность – символическую. Возьмем, к примеру, смартфон *iPhone*, разработанный дизай-

нером *Дж. Айвом* (Прил. 5, рис. 3). Сегодня трудно представить себе iPhone как обычное средство коммуникации. За короткое время данный смартфон стал особой формой презентации потребителя, проводником в виртуальный мир, средством коммуникации и символом современных технологических возможностей. Можно сказать, что iPhone является знаком развития техно-культуры, демонстрируя конвергенцию технологий. Можно ли назвать iPhone просто телефоном? В некотором смысле он является символом. И в каком-то смысле возможности этого телефона предвосхитили (а скорее всего – стимулировали) стремительное развитие цифровых коммуникаций. В iPhone дебютировала технология мультитач, поскольку дисплей смартфона умел распознавать несколько нажатий одновременно. Операционная система iPhone была целиком и полностью разработана под управление пальцами и жестами, что отличало ее от продуктов других платформ. Был разработан адаптивный интерфейс, который автоматически подстраивался под запущенные приложения. Перемещаться по меню можно стало простыми смахиваниями, прокручивать страницы скольжением пальцем по экрану, а увеличивать картинки движением пальцев в стороны. Такие технологические новшества существенно изменили взаимоотношение человека и машины и превратило продукты компании *Apple* в символ инноваций. Современные дети спокойно печатают двумя руками на смартфоне, могут одновременно совершать не синхронные движения пальцами и синхронизировать работу в разных приложениях. Мы только можем зафиксировать проектирование нового типа организации коммуникации человека посредством смартфона, который совмещает в себе различные функциональные возможности наряду с тем, что это является мощным коммуникативным инструментом и неким символом современных отношений, тому подтверждение.

Таким образом смартфон стал сегодня важным средством передачи символов и, в неком смысле, сам стал образом нового типа коммуникаций. Степень интерпретации и рост коннотаций сообщений знакового порядка говорит о том, что сегодня смартфон не просто девайс, а проводник в мир новых отношений, новых реальностей и утвердитесь новых ценностей.

Другим ярким примером актуализации символической функции дизайна можно назвать значение и роль модных фешн марок на смысловые и ценностные установки современного человека. Надо сказать, одежда модных брендов всегда была символом достатка и положения

в обществе. Однако развитие фешн-индустрии значительно расширило диапазон влияния моды на ценностные ориентиры современного человека, превратившись подчас в предмет культа и восхищения. Законодателями процессов превращения того или иного объекта моды в символ, становятся медийные личности, звезды и инфлюэнсеры. Центральное место в данном процессе занимает культурное потребление, где мода используется как концептуальный инструмент трактовки символической деятельности. Так что можно сказать, что современный фешн-дизайн сформировал новый тип деятельности – быть модным. Мода, особенно ориентированная на молодежь, осознано отходит от идеи полезности и утилитарности. Эта мода дает человеку нечто другое, выводя его за пределы социального бытия. Достаточно посмотреть на коллекции *Рика Оуэнс* (Прил. 5, рис. 4) или *Ирен Ван Харпер* (Прил. 5, рис. 5) и становиться понятно, что предметы, которые они представляют не являются одетой в привычном смысле. Это образы «странников» и «духов», которые бродят в параллельной реальности.

Превращение объекта дизайна в знаковый объект связано с прогнозированием развития технологических возможностей с одной стороны, и индивидуализированными потребностями человека с другой. Сегодня дизайн является важным знаковым и символическим инструментом постиндустриального общества. «Чем лучше дизайнеру удается выразить идею, тем понятнее, а значит действеннее, будет дизайн. Чтобы создать знак, необходимо выразить *идею мокрого*, а не *мокрое*, *идею острого*, а не *острое*. Важно изобразить не субъективное представление о *благе* или *любви* конкретного дизайнера, а *идею блага* и *идею любви*, так как именно идея будет понятна всем» [3, с. 144].

Примером перехода от производства вещи к производству впечатления и придания знаковости может послужить ставшая уже распространенной практика представления дизайн-продукта в виде инсталляции или арт-объекта. Так известный современный японский дизайнер *Н. Фукасава* создал свой проект *Unveil* для Миланской недели дизайна в 2016 г. по заказу компании *Geoluxe* в форме инсталляции. Задачей проекта было открыть новые формообразующие возможности уникального нового композитного материала. Однако это не выглядит как рекламная выставка, а как самостоятельное произведение, выстроенное по по всем законам экспонирования. Целью дизайнера было не столько показать материал, сколько впечатлить зрителей выразительностью самой инсталляции и предать выставке особое символическое значение.

С точки зрения зрителя определить, чем является инсталляция и кто ее сделал – художник или дизайнер, – практически невозможно. Зритель получает удовольствие от впечатления, от образа, от созерцания (Прил. 5, рис. 6, рис. 7).

Особенностью символической функции дизайна является ее экспрессивный характер. Современные дизайнеры часто называют себя художниками, и в этом кроется творческий потенциал дизайн-практики. Несмотря на то, что дизайнеры имеют в своем арсенале систему разнообразных научно-технических средств, функционирующих на эмпирическом уровне (наблюдение, экспериментирование, измерение, анализ) и теоретическом уровне (анализ, обобщение, формализация), основным отличием от других практик является наличие художественной составляющей. Именно способность мыслить образами делает дизайн отличным от других проектных практик. Эмоциональность дизайна заполняет пробелы не эмоциональности современного искусства и наполняет предметно-пространственный мир человека организованностью. Дизайнеры ищут в практике особую форму самовыражения, предлагая свой опыт интерпретации смыслов и значений.

Таким образом, можно обнаружить, что, несмотря на утвердившиеся в практике деятельности функции дизайна, мы наблюдаем сегодня трансформации их актуальности и появление новых функций. «У “гуманистического” неофункционализма нет никаких шансов перед операциональным метадизайном. Эра означаемого и функции закончилась революцией, с которой начинается эра означающего и кода» [4, с. 283]. Однако, как пишет Г. Н. Лола: «дизайну никогда не уйти от функциональности, его стремление к уподоблению искусству всего лишь игра: как только дизайн-продукт станет арт-объектом, он перестанет быть дизайн-продуктом [1, с. 194]. Формирование и укрепление новых функций дизайна, таких как например символическая функция. доказывают изменяющийся статус дизайна в культуре, поскольку он приобретает полноту функциональных возможностей для удовлетворения всех потребностей современного человека. Трансформации функциональности показывают, что дизайн приобретает важное значение в процессах современной культуры.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Лола Г. Н.* Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования. СПб. : Береста, 2016.

2. *Быстрова Т. Ю.* Вещь, форма, стиль : введение в философию дизайна. – М. ; Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017.
3. *Панкратова А. В.* Социокультурный статус дизайна в дискурсе постмодерна [Электронный ресурс] // Russian Journal of Education and Psychology. – 2014. – № 8 (40). Режим доступа: http://journal-s.org/index.php/sisp/article/view/8201413. Дата доступа: 10.09.2021.
4. *Бодрийяр Ж.* К критике политической экономии знака.; пер. с фр. Д. Кралечкина. М. : Академический Проект, 2007.

ГЕНЕРАТИВНАЯ ПРИРОДА ФОРМЫ – ТОЧКА: АБСТРАКТНЫЙ ОРНАМЕНТ

GENERATIVE NATURE OF THE FORM – DOT: ABSTRACT ORNAMENT

И. А. Шарапов
I. Sharapov

Уральский Государственный Архитектурно-художественный университет
Екатеринбург, Россия
Ural State University of Architecture and Art
Yekaterinburg, Russia
e-mail: isharapov4@gmail.com

В статье рассматривается онтологический уровень формы точки, как генеративного элемента формообразования в контексте дисциплинарных связей дизайна, искусства и архитектуры. Сделан вывод о том, что элементарная природа точки – ее абстрактные и геометрические потенциалы моделируют феномен абстрактного орнамента в пространстве архитектуры.

Ключевые слова: архитектура; дизайн; орнамент; структура; текст в архитектуре; точка.

The article considers the ontological level of the point shape as a generative element of shaping in the context of disciplinary relations of design, art and architecture. It is concluded that the elementary nature of the point, its abstract and geometric potentials, model the phenomenon of abstract ornament in the space of architecture.

Keywords: architecture; design; ornament; structure; text in architecture; dot

---

Интерес к природе и устройству формы обусловлен уточнением понимания в современном контексте. Прагматику формы исследовали *В. Кандинский*, *П. Клее*, *И. Иттен*, *М. Гинзбург*, *В. Фаворский* и др. Проведенные ими исследования элементаризируют форму и определяют ее составные части как фундаментальные, являющие исток последующего развития плоскостных и пространственных категорий визуального во всем его дисциплинарном разнообразии. Точка – первая начальная форма, потенциал которой включает широкий диапазон значений, охватывающий как внутренние, так и внешние условия формы. Точка вбирает значения от первичной проявленности формы на поверхности до универсалий абстрактной природы абсолюта. По утверждению Кандинского, точка «обладает не примитивной, а сложной природой» [1, с. 82]. Точка является элементом формы, ее повтор продуцирует форму, непосредственно волюметрию (т.е. пространственно-ориентированный объем). Точка не имеет очевидных измеримых характеристик, но является координатным маркером. Материальность точки на первый взгляд – несущественна, она, проявляется из пустоты/в пустоте и становится реперной отметкой, возможно будущим центром или проективно/процессуально/результативно определяет движение направление которого становится линией. Поэтому точка – первично проявленная форма – представляет собой базовую структурную/визуальную категорию, которая представляет значение для дизайна, искусства и архитектуры. Точка, помимо акцента, маркера, реперной засечки, ориентира, является началом координат, так как пересечение линий формирует центр, в основе которого проективная точка. (Прил. 6, рис. 1)

Значимым условием точки является масштабируемость, – при увеличении размера точка достигает очертаний окружности. В исследовании «Точка и линия на плоскости» В. Кандинский пишет: «точка – идеально малая окружность, но ее границы относительны», что преодолевает нормативность традиционного масштабирования точечной формы [1, с. 81]. Реальность точки абстрактна, поэтому произвольна и способна принимать результаты бесконечного множества форм. (Прил. 6, рис. 2)

Таким образом, форма точки вбирает неограниченный диапазон потенциальных трансформаций и является вариативной основой формообразования [1, с. 123].

Кандинский собирает диапазон точечных форм в ряды, которые реализуют одновременно регулярное и ритмическое. Эта идея будет

положена в основу концепта парка *Ла Виллетт*. Привлекательность коллекции точек очевидна, нам одновременно открываются в границах привычной формы вариативные модусы, которые развивают в пространстве политику сходств и различий. На культурную значимость и масштабируемость точки указывает *Т. Ю. Быстрова* и выделяет «парную» категорию к форме – «материал» [2, с. 139]. Бинарное противопоставление абстрактного и материального сообщает о том, что категории систематизированы в рамках оппозиции и обладают непосредственной связью, неотграниченностью между собой и от мира. Художник *П. Клее* в форкурсе «Педагогические эскизы» для промышленной школы *Баухаус* указывает на противоречие, сокрытое в точечной форме: пассивность формообразования круга (центрированность, замкнутость) и на маятниковую подвижность точки, которая за счет движения расширяет предел формы до окружности [3, с. 7, 41]. Именно точка является движущей, продуктивной силой, генерирует континуум линии и формы как таковых [3, с. 4]. *Иоханнес Иттен* устанавливает бинарную логику границ точечной формы, которая включает «типы контрастных отношений» форм. Отношение точки и окружности маркирует разноразмерность, выраженную в структуре бинарной оппозиции: большое – малое. [4, с. 12–13].

Теоретические исследования В. Кандинского, П. Клее, И. Иттена, теоретически документируют абстрактное значение точки. Архитектор *Моисей Гинзбург* в книге «Ритм в архитектуре», посвященной морфологии архитектурной формы, также касается устройства формы и ее первичных элементов. В исследовании архитектор научно устанавливает закономерный факт повторного движения точки, феномен которого порождает форму [5, с. 16]. Повторность для нашего исследования является ключевым условием продуцирования орнамента в пространстве.

Исследование *В. А. Фаворского* также охватывает прагматику точечной формы. Точка, по Фаворскому, обладает «властью», так как через нее проходят вектора образования формы [6, с. 152]. Это доказывает эмпирический опыт, который осуществим при взгляде на иллюстрацию (Прил. 8, рис. 1). Мы можем почувствовать как притягательность увеличенной точки укрупненной массы до круга, так и ощутить проницательную акцентность малой формы в пространстве белого. В этом проявляется разнообразная «работа» точечной формы. Так же мы проективно можем увидеть точку в пересекающемся соединении осевых регуляров. Все три приведенных примера обладают в плане

воздействия собственной спецификой. Точка нарушает поверхность [6, с. 261–262]. Точка является «ключом» к форме [6, с. 182]. Точка преодолевает пустотность и выявляет потенциал предметности формы, нарушая тем самым условие двумерности, формирует потенцию пространственной ориентации плоскостной формы [6, с. 261–262]. Эти небольшие абстрактные описания точечной формы складываются в фундаментальные универсалии, которые утверждают значимость исследуемого элемента – формы точки.

Обобщив вышесказанное, можно сделать промежуточный вывод: точка действительно включает в собственный континуум практически весь потенциал возможностей формообразования, это наделяет ее особым статусом, как в отношении плоскостных потенций формы, так и в плане ее объемного развития в пространстве. Соединение указанных диапазонов создает третий вектор развития точечной формы – концептуальный. Пример архитектуры вбирает многие из приведенных возможностей формального и концептуального плана в пространстве.

Архитектура вбирает междисциплинарную практику, соединяет в собственных конструктах и структурах искусство и дизайн с собственными траекториями. Таким примером является архитектура деконструкции второй половины XX века, в частности, проект парка Ла Виллетт Бернара Чуми (*Bernar Tschumi*). Проект документирует «иное положение дел» касательно абстрагированной прагматики точки. Концепция Б. Чуми проекта парка Ла Виллетт основана на идее регулятивного взаимодействия элементов формы, по В. Кандинскому, точек и линий на плоскости, но артикулированных в пространстве посредством архитектуры [7, p. 92]. Этот факт позволяет наметить следующий ряд позиций.

Во-первых, указанное обстоятельство инициирует как межкультурный, так и междисциплинарный диалоги науки, живописи и архитектуры. Во-вторых, Б. Чуми проективно воплощает идею в концепте, а затем опредмечивает в реальности волюметрические проекции плоскостных форм теории Кандинского в пространстве архитектуры парка Ла Виллетт. В-третьих, абстрактная форма точки получает предметную, пространственную, а также, что более значимо, – антропоморфную резолюции в архитектуре. Под точками архитектор подразумевает павильоны. Расположение «абстрактных точек» конкретизирует сетчатую структуру, которая создает среду для отдыха и культурного досуга жителей и гостей Парижа [7, с. 92]. Кроме упомянутой регулярной сетки, каждая отдельная точка, по аналогии с рисунком В. Кандинского, реализует вари-

ативность, своего рода коллекцию форм в пространстве парка. Точка для Б. Чуми – концептуальный индекс рациональной организации каркаса пространства и архитектуры парка. (Прил. 6, рис. 3) Архитектура парка Ла Виллетт проявляет/документирует комплекс генеративного потенциала точечной формы: от плоскостной формы к пространственной, от формального концепта к архитектуре парка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Кандинский В. В.* Точка и линия на плоскости. – СПб. : Азбука, 2003.
2. *Быстрова Т. Ю.* Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2001.
3. *Клее П.* Педагогические эскизы. Пер. с нем. Н. Дружковой., ред. и пред. Л. Монахова. М. : Изд. Д. Аронов, 2005.
4. *Иттен И.* Искусство формы. Пер. с нем. и пред. Л. Монахова. М. : Изд. Д. Аронов, 2004.
5. *Гинзбург М.* Ритм в архитектуре. М. : Среди коллекционеров, 1923.
6. *Фаворский В. А.* Литературно-художественное наследие. М. : Советский художник, 1988.
7. *Jonson P.* Deconstuctivist Architecture. New York : MOMA Publishing. 1988.

РАЗДЕЛ 3
ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИЗАЙНА

МАТЕРИАЛЫ В ДИЗАЙНЕ ОБЕДЕННЫХ ЗОН В КИТАЙСКОМ СТИЛЕ

MATERIALS IN THE DESIGN OF CHINESE-STYLE DINING AREAS

Ван Юй
WangYu

Белорусская государственная академия искусств
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State Academy of Arts
Belarus, Republic of Minsk
e-mail: 1207878267@qq.com

В статье анализируются декоративные материалы как ключевой элемент дизайна интерьера, традиционное использование натуральных материалов для оформления и обогащения интерьера китайских столовых. В статье дается также анализ концепции Нового китайского стиля.

Ключевые слова: дизайн; китайский стиль; декоративные материалы; обеденная зона.

The article analyzes decorative materials as a key element of interior design, the traditional use of natural materials to decorate and enrich the interior of Chinese dining rooms. The article also provides an analysis of the concept of the New Chinese Style.

Keywords: design; Chinese style; decorative materials; dining area.

Одним из важнейших видов дизайнерского искусства является дизайн интерьера. Из существующих сегодня определений интерьера, по нашему мнению, наиболее актуальны на сегодняшний момент два. Одно рассматривает интерьер как единство ограждающих конструкций, архитектурных деталей, их декоративного оформления и предметного наполнения, другое – как эстетически осмысленное внутреннее пространство здания.

Традиционный китайский стиль дизайна интерьера с его глубоким культурным наследием и уникальными философскими идеями играет важную роль в развитии мирового дизайна. Однако использование только традиционных тенденций китайского стиля не привело к удовлетворению потребностей современного китайского общества, что и способствовало рождению современного нового китайского стиля.

Китайская традиционная культура оформления интерьера имеет долгую историю, пройдя через тысячи лет испытаний. Традиционная китайская архитектура сильно ограничена в плане высоты зданий и внутренней планировки, так как сложность архитектурного процесса приводила к высоким материальным затратам и трудозатратам. Также отметим, что многие образцы китайской архитектуры, в частности традиционные деревянные каркасные здания, лишены огнестойкости и коррозионной стойкости, и все это противоречит требованиям современного общества.

В условиях совершенствования дизайна в Китае общество предъявляет более высокие требования и к дизайну интерьеров такого предприятия общественного питания, как столовая, что и нашло отражение в концепции формирования дизайна обеденной зоны в китайском стиле.

На современном этапе развития общества китайский стиль сохранил свою аутентичность, практически ничего не позаимствовав извне. Традиционный интерьер в китайском стиле непрост в восприятии: от мебели и элементов декора до продуманной планировки. Каждый элемент дизайна имеет своё предназначение. С развитием экономики Китая дизайн столовых в стране постепенно приобрёл характеристики, придающие интерьеру индивидуальные особенности [1]. Для современных дизайнеров национальные традиции – это источник творческих идей создания художественного образа интерьеров.

Развитие дизайна интерьера в значительной степени определяется применяемыми материалами, особенно декоративными. Материалы представляют собой важную часть дизайна интерьера и важную составляющую декорирования интерьера. Материалы являются ключевым элементом в дизайне интерьера.

Одной из наиболее ярких особенностей современного дизайна и искусства интерьера Китая является активное использование традиций древней богатой национальной культуры.

Стремительное развитие производства новых материалов позволило дизайну интерьера проявить себя в новой форме, определив более современные тенденции дизайна помещений.

Что касается материалов, которые традиционно используются в Китае в интерьерах для архитектурно-композиционных элементов, то это в первую очередь натуральные материалы: дерево, камень, черепица, бумага, шелк и другие материалы, – либо их имитация.

Дерево традиционно используется в дизайне интерьера благодаря преимуществам самого материала, в частности его доступности. С другой стороны, камень также применяется в традиционных интерьерах для отделки пола и некоторых декоративных предметов.

С развитием общества у этих природных материалов появились некоторые ограничения, и многие аспекты традиционного китайского интерьера оказались не в состоянии удовлетворить потребности современного общества.

В области сегодняшнего дизайна помещений, использование современных материалов должно быть направлено на отражение характеристик конкретного стиля. Также следует учитывать, что целесообразно использовать не только традиционные декоративные материалы, но и современные. При правильном сочетании традиционных и современных материалов создается дизайн, соответствующий современным тенденциям.

В Китае процесс трапезы всегда связан с культурой страны, и важно при интерпретации традиционных идей и использовании новых материалов сохранить традиции. Атмосфера столовой создается благодаря всестороннему анализу исторического контекста пространства, функциональных потребностей интерьера, а также комплексного использованию различных материалов [2, с. 71].

Различные виды материалов имеют разную текстуру, и их собственные текстурные вариации приводят к отличительным художественным эффектам в дизайне. Создание характерного китайским традициям художественного пространства часто требует сочетания нескольких различных декоративных материалов. Поэтому при выборе материалов для декорирования пространства обеденной зоны следует учитывать, как данные фактурные материала сочетаются между собой.

С древних времен и до настоящего времени люди стремились к совершенствованию пространства обеденной зоны. Современный дизайн в китайском стиле с учётом использования новых материалов и тенденций дизайна должен в то же время воплощать идей китайской философии и культуры, сформированные тысячелетиями.

Кроме текстурирования поверхности декоративными материалами, большое значение имеет и цветовая гамма. Цветовая гамма различных

декоративных материалов является важной частью общего цветового климата интерьера.

Цвет стен, столешниц и полов в интерьере определяет общую тональную тенденцию пространства, будь то твердые материалы, такие как дерево, камень, металл, керамика, стекло и пластик, или мягкие элементы интерьера: шторы, скатерти и ковры. Естественные цвета, используемые в дизайне интерьера, обогащают внутреннее пространства. При этом следует учитывать, что различные цвета могут вызывать различные психологические ощущения. Поэтому, в целом, выбор декоративных материалов для интерьера следует рассматривать не только с функциональной точки зрения, но и с учетом важности цвета, и стремиться использовать цвет рационально. Поэтому выбор декоративных материалов следует рассматривать с точки зрения рационального и художественного использования цвета для оформления обеденных зон: оно должно быть красочно и привлекательно.

В китайской культуре цветовая палитра и ее семантика достаточно традиционны. Основными являются пять цветов – желтый, сине-зеленый (все оттенки от синего до зеленого), красный, белый и черный.

Также традиционно сочетание приглушенной коричневой цветовой гаммы с ярким цветным камнем на стенах и темной напольной плиткой. Данное сочетание создаёт визуальный контраст. Например, в парадной комнате желтые обои, бежевый камень, светло-коричневые шторы и темная стойка создают трёхмерное пространство.

Насыщенность теплых оттенков в дизайне интерьера способствует визуальному увеличению пространства и уменьшению ощущения тесноты. Именно из-за продуманных и веками отработанных стандартов цветовых комбинаций расписные детали китайских построек производят столь эффектное впечатление.

В заключение отметим, что дизайн интерьера столовых начинается с традиционного китайского двора, при создании которого целесообразно использовать как традиционные, так и современные техники, что позволит создать яркое современное пространство. Создать простое и в то же время современное пространство возможно, используя традиционную мебель и атрибуты: это и художественная люстра, и винтажный каменный фон, различные решетки и резные деревянные детали, визуальные образы-символы дракона и феникса – все они отражают историю и культуру Китая. Отметим также, что из растительных символов чаще используются бамбук, сосна, цветущая слива, лотос [3, с. 147].

В целом можно выделить два основных варианта интерьеров обеденных зон, использующих национальные культурные традиции. В первом (классическом) варианте создание художественного образа идет путем насыщения внутреннего пространства традиционными элементами конкретно-исторического или собирательного характера. Во втором варианте наблюдается иной подход к дизайнерской трактовке культурных традиций. Последние в виде отдельных элементов включаются в интерьеры, выполненные в основном в современном европейском стиле [3, с. 148].

Итак, традиции Китая являются богатейшим источником дизайнерских идей. Так называемый новый китайский стиль в дизайне – это современная концепция жизни в традиционном китайском стиле, сочетающая классические китайские элементы и символы с новыми модными тенденциями современного интерьера.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Чжао Шэньхуа* Архивы эффективности дизайна интерьера – гостиничное пространство. Пекин : Китайская лесная пресса, 2011 (на китайском языке).
2. *Тан Яньхуа* Анализ ситуации в древнекитайской поэтике. Синьцзян : Журнал Кашгарского нормального колледжа, 2004 (на китайском языке).
3. *Свестельник З. В.* Культурные традиции в современных китайских интерьерах. // Вестник Дальневосточного отделения Российской академии наук. № 5. 2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-traditsii-v-sovremennyh-kitayskih-interierah. Дата доступа : 21.01.2022.

ПРОИЗВЕДЕНИЯ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА КАК ИСТОЧНИК ТВОРЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ МОДЕЛЕЙ СОВРЕМЕННОГО КОСТЮМА

WORKS OF FINE ART AS A SOURCE OF CREATIVE SOLUTIONS FOR MODERN COSTUME MODELS

М. С. Ковалькова
M. Kovalkova

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: msmashedo@gmail.com

Статья посвящена применению тем и сюжетов произведений изобразительного искусства в современных коллекциях одежды. Использование произведений изобразительного искусства в качестве источника инспирации позволяет дизайнерам создавать новые формы костюма, в которых известные живописные полотна раскрываются в совершенно необычных силуэтах изделия, линиях членения и графическом решении.

Ключевые слова: современный костюм; мода; коллекции одежды; изобразительное искусство; произведения искусства.

The article is devoted to the use of themes and plots of works of fine art in modern clothing collections. The use of works of fine art as a source of inspiration allows designers to create new costume forms in which well-known paintings are revealed in completely unusual product silhouettes, division lines and graphic solutions.

Keywords: modern costume; fashion; clothing collections; fine art; works of art.

На протяжении многовековой истории своего существования костюм и изобразительное искусство находятся в творческом тандеме. Коллаборация между живописью и костюмом функционально определена человеческой деятельностью. Как и костюм, произведения изобразительного искусства служат средством трансляции эстетических ценностей внутреннего и внешнего мира человека, способом преобразования и изменения исторического и культурного пространства.

Раскрытие черт изобразительного искусства, его преемственности и путей реализации в формах современного костюма, представляет большой интерес для изучения преобразований художественных стилей и направлений живописных произведений в абсолютно новых способах проектирования одежды. Также особую актуальность данная тема играет для художественного и стилистического анализа современных коллекций ведущих дизайнеров мира моды.

Для создания моделей современного костюма изобразительное искусство представляет собой одно из наиболее перспективных направлений. Интерес к использованию тем, стилей и направлений изобразительного искусства в создании современных форм костюма обусловлен влиянием предшествующих исторических эпох, которые в своей закономерной цикличности преобразовываются и повторяются в культурных, политических, идеологических и социальных явлениях современного мира, и в моделях современного костюма, в том числе. Согласно мнению кандидата искусствоведения С. М. Ванькович, для изучения и создания форм современного костюма важным является осознание богатства материального и культурного мира, так как дизайнерами при проектировании одежды в современном художественном пространстве учитываются и используются стилистические эволюции прошлого [1, с. 3].

Примеры из мира моды подтверждают возобновление интереса дизайнеров к темам мировой художественной культуры, в частности реминисценции тем, сюжетов, художественных стилей и направлений изобразительного искусства. Модельеры находят вдохновение в искусстве, благодаря чему создают собственные уникальные произведения моды. Реминисценция художественных стилей и направлений изобразительного искусства прослеживается в коллекциях таких брендов, как *Dolce & Gabbana*, *Dris Van Noten*, *Rimondi, Akris*, *Carven*.

Темы изобразительного искусство начала XX века так же пользуются большой популярностью среди дизайнеров. Модный дом *Akris* славится тем, что для своих коллекций черпает вдохновение в различных видах искусства. Для осенней коллекции 2012–2013 дизайнерами были рассмотрены в качестве источника инспирации картины художника-экспрессиониста *Франца Клайна*. Его работа *«Painting № 7»* послужила аналогом декоративных принтов коллекции одежды. Ритмическое решение костюмного полотна позволило создать определенные оптические решения изделий коллекции. По словам дизайнера бренда *Альберта Кримлер*, его внимание привлекла манера письма портрета Вацлава Нижинского,

с которого началось изучение творчества самого художника [2, с. 37]. Работая над этой коллекцией, модельер привнес свое авторского видение в способ украшения современного костюма.

Искусство эпохи Ренессанса стало отправной точкой для кутюрной коллекции бренда *Aquilano. Rimondi.* На создание уникальных нарядов дизайнеров вдохновляет культурное богатство и традиции Италии, ее история, живопись и архитектура. В их коллекции осень-зима 2012–2013 г. можно заметить соприкосновение двух миров: роскошной эпохи Возрождения и лаконично-техничного XXI века. Ткани, фактура материалов, декор и рисунки, использованные в коллекции, напоминают геральдические атрибуты с парадных портретов прошлого. В качестве материалов модельеры использовали бархат, натуральную кожу и жаккард. Декор состоял из набивных, бархатных рисунков и крестов из кристаллов и бусин. Особый акцент дизайнеры сделали на женственном силуэте, подчеркнув бюст, талию и бедра [3]. В коллекции прослеживаются элементы исторического костюма эпохи Возрождения, лаконично вписанного дизайнерами в современные силуэты и формы костюмов.

В коллекции осень-зима 2013–2014 г. бренда Dolce & Gabbana дизайнерами в качестве источника вдохновения были использованы элементы итальянского барокко – золотые мозаики Сицилийского собора в Монреале. Центральным элементом коллекции стало золотое убранство нарядов – замысловатое плетение, узоры, напоминающие лавровый венок, а также обилие жемчуга [4]. В коллекции присутствуют платья, отдельно напоминающие наряды *Екатерины Медичи*, топы и блузы с изображениями ангелов, сошедших с живописного полотна «Венера и Адонис» итальянского художника *Джакопо Амигони*, создающих неповторимую орнаментальную композицию на изделиях. Образы моделей дополнены массивными обручами, диадемами, серьгами и сумками, обильно украшенные крупными драгоценными камнями. В коллекции преобладает золотое убранство в виде отделки жакетов, накидок и костюмов, а в сочетании с чёрной парчой и невесомым кружевом, коллекция производит впечатление оживших скульптур.

Изобразительное искусство эпохи Северного Возрождения послужило вдохновляющим примером создания коллекции от кутюр. Дизайнер *Раф Симонс* модного дома *Christian Dior* в качестве источника инспирации для создания коллекции *Christian Dior Haute Couture* осень-зима 2014–2015 использовал одну из работ нидерландского художника *Иеронима Босха* – триптих «Сад земных наслаждений». Коллекция произво-

дит впечатление художественной изящности в сочетании с женственными силуэтными линиями.

Для новой коллекции дизайнер выбрал нестандартный подход к решению выбранной темы: модельер отказался от переноса авторских рисунков художника на одежду, использовав в коллекции глубокий подтекст живописного полотна – вечный конфликт добра и зла [5]. Ассиметричный крой платьев и пальто, смещение пропорций и линий членения, так явно напоминающих борьбу сюжетную линию произведения, так живо переданную автором и в последствии использованную дизайнером. Тему плохого и хорошего дизайнер передал в сочетании длинных пальто, состоящих из различных деталей и тканей, с полупрозрачными платьями, которые вместе с художественным образом моделей создают одновременно противоположное впечатление соблазнительности и аскетичности. Коллекция одежды в своем творческом решении получилась эффектным и оригинальным продолжением темы известной картины, гармонично списывающейся в тенденции современной эпохи.

Увлеченность произведениями изобразительного искусства позволили дизайнеру известного бренда *Dris Van Noten* разработать серию авторских принтов, в основу которых легли произведения фламандского художника *Рубенса*. Мужская коллекция сезона весна-лето 2022 называется *«Коллаж Антверпена»* и посвящена родному городу дизайнера. Помимо открыточных видов и индустриальных пейзажей Антверпена модельер использует для принтов работы Рубенса, благодаря которым на плечевых изделиях можно разглядеть рубенсовскую охоту на львов, бегемотов и крокодилов [6]. Все изображения, использованные в коллекции, отображены на моделях в той же лаконичной живописной манере, как изображал художественные сюжеты фламандский мастер на своих полотнах. Марка Dries Van Noten стремится создавать свои изделия в актуальном течении минимализма, переданного автором в структурном крое и авторских принтах, благодаря которым шелковые блузы, рубашки и пиджаки превращаются в произведения живописи.

Таким образом, на основе приведенных выше примерах можно сделать вывод, что большое количество дизайнеров используют в качестве источника вдохновения темы и произведения изобразительного искусства. Воплощение дизайнерами тем изобразительного искусства в моде во всех случаях представляют собой инструмент дизайн-проектирования. «Причем, от сезона к сезону происходит обращение к историческим

мотивам разных эпох», такого мнения придерживается исследователь А. Ю. Москвин [7, с. 273].

Произведения изобразительного искусства проживают свое второе рождение благодаря использованию их сюжетов в создании новых форм и визуальных решений современного костюма. В этом контексте, реминисценция тем и сюжетов произведений живописи в современной моде является перспективным направлением как для исследовательской, так и для творческой деятельности, которая способствует обогащению и несет в себе высокохудожественную ценность моделей современной одежды.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Ванькович С. М.* Костюм периода историзма : Проблема восприятия стилевых прототипов : дис. ... канд. искусств. : 17.00.04 ; СПб Гос. Академ. Ин-т живоп., скульп. и архит. им. И. Е. Репина. СПб., 2001.
2. *Толмачев Д.* Прикладное искусство. // Fashion Collection. 2012. № 89. С. 36–38.
3. Обзор показа коллекции Аквилано Римонди [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.relook.ru/brand/Aquilano-Rimondi.html. Дата доступа: 04.03.2022.
4. *Орлова Д.* Обзор показа Dolce & Gabbana осень-зима 2012-2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.globalblue.ru/destinations/italy/show-report-dolce-gabbana-autumn-winter-2012#slide4. Дата доступа: 07.03.2022
5. *Пижова Е.* Trend-report: Haute Couture, осень/зима 2014 – 2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.buro247.ua/fashion/trends/trend-report-haute-couture-osen-zima-2014-2015.html. Дата доступа: 09.03.2022.
6. На модный показ как в музей. Искусство в новых коллекциях Chanel, Dries van Noten и Alexander McQueen [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.buro247.ru/fashion/looks/22-jul-2021-art-plus-fashion-2021.html. Дата доступа: 06.03.2022.
7. *Москвин А. Ю.* Ретроспективный анализ проявления исторических мотивов в модной форме костюма. // Мир культуры, науки, образования. 2014. № 2 (45). С. 271–274.

СИСТЕМА РАЗРАБОТКИ ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНОГО РЕШЕНИЯ ЛИМИТИРОВАННОЙ СЕРИИ ЧАСОВ «ЛУЧ» В РАМКАХ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

SYSTEM OF DEVELOPMENT OF ARTISTIC-FIGULATORY SOLUTIONS OF THE LIMITED EDITION OF WATCHES «LUCH» IN THE FRAMEWORK OF INDUSTRIAL AND TECHNOLOGICAL PRACTICE

О. Ф. Корженевич
O. Karzhanevich

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: martachka@rambler.ru

В статье рассматривается система организации производственной практики студентов-дизайнеров третьего курса, специальности «Коммуникативный дизайн» в рамках сотрудничества с Минским часовым заводом «Луч». Приводятся примеры реализованных проектов часов и победителей конкурсов «MUST ART». Выявляются этапы прохождения практики и проектируемые элементы, а также обозначаются требования к ним.

Ключевые слова: практика; дизайн; часы; концепция; специалист; художественно-образное решение; сотрудничество; конкурс.

The article discusses the system of organizing the practical training of students - designers of the third year, specialty «Communicative Design" in the framework of cooperation with the Minsk Watch Factory «Luch». Examples of completed watch projects and winners of the "MUST ART" competitions are given. The stages of internship and projected elements are identified, as well as the requirements for them are indicated.

Keywords: practice; design; clock; concept; specialist; artistic and figurative solution; cooperation; contest.

Практика является неотъемлемой частью образовательного процесса и эффективной формой подготовки специалиста к трудовой деятельности. В процессе прохождения практики учащимися приобретаются

профессиональные умения и навыки по специальности, закрепление, углубление и систематизация знаний по специальным учебным дисциплинам, изучение технологии и организации процесса подготовки макетов, приобретение практического опыта, развитие профессионального мышления, повышение уровня квалификации по профессии. В «Программе производственной практики», разработанной на кафедре коммуникативного дизайна БГУ делается акцент на то , что практика оказывает значительное влияние на формирование профессиональных и коммуникативных качеств личности специалиста [1].

В настоящее время важным аспектом дизайн-образования является получение практического опыта и умение специалиста использовать полученные знания в рабочих процессах. Не только теоретическая база и выполнение текущих заданий по учебным дисциплинам влияет на всестороннее формирование будущего профессионала, но и получение опыта в выполнении специфических проектов, с перспективой последующей реализации. Такие проекты позволяют студенту раскрыть свой творческий потенциал, выделиться среди других и получить опыт в работе с реальным заказчиком, в рамках технического задания и жестких технологических требований со стороны производства.

Имея положительный опыт сотрудничества с Минским часовым заводом *«Луч»*, в рамках разработки лимитированной серии часов к 100-летию Белорусского государственного университета (Прил. 7, рис. 1), было принято решение о дальнейшем взаимодействии и разработке новых концепций лимитированных коллекций часов студентами в рамках производственно-технологической практики.

Минский часовой завод и ранее имел опыт творческого взаимодействия, так в 2019 году был объявлен совместный конкурс с *«Дизайн Песочницей»*, в рамках которого дизайнерам предлагалось разработать дизайн новой коллекции часового завода *«MUST ART»*. Конкурс проходил в несколько этапов, всего было подано 56 заявок, из которых жюри конкурса отобрало 5 работ. Первое место (победа в конкурсе) получил *Владислав Радомский* с коллекцией «Уновис», разработанной в стиле супрематизма. Циферблат и стрелки составляют композицию из разноцветных геометрических форм разного размера. То, что каждый элемент находится в постоянном движении, дает возможность композиции меняться в течение дня (Прил. 7, рис. 2).

В 2021 году также был проведен конкурс «MUST ART» и по его результатам победила серия *«Vinyl»* (Прил. 7, рис. 3). При создании проек-

та автор, *Денис Шереметьев*, вдохновлялся эстетикой виниловых пластинок, которые вновь возвращаются в моду.

«MUST ART-2022» реализовал дизайн будильников. В конкурсе выбрано несколько победителей (Прил. 7, рис. 4–7).

По результатам практики также будет проведен конкурс «MUST ART» что позволит студентам показать себя широкой аудитории, а победителям увидеть свои идеи в реализованном виде.

Для успешной работы и получения максимального результата необходима четкая система, в рамках которой студенты-практиканты смогут реализовать свой потенциал и продемонстрировать креативность и компетентность.

Работа по поиску художественно-образного решения начинается с проработки концепции и креативных идей по заданной теме. Темы определяет часовой завод, предварительно отправив письменную заявку на создание дизайн-концепции часов, в которой прописываются все необходимые условия.

Для создания креативной концепции необходимо отработать процесс эскизного поиска графического решения часов. Научиться взаимодействовать с задачей, находить подходящие средства для визуализации своей идеи. Для этого студенту предлагается провести анализ заданной темы; поиск и систематизацию собранного материала.

Процесс создания часов является сложным и высокотехнологичным. Мало просто придумать идею, важно чтобы идея могла быть реализована на данном предприятии и учитывала особенности производства. С целью более наглядного представления технологического процесса, для студентов будет организована обзорная экскурсия на Минский часовой завод. В процессе экскурсии студенты смогут ознакомится с необходимыми техническими требованиями и определить их влияние на возможность осуществления своей концепции. После посещения завода, вдохновившись процессом создания от идеи до реализации, студенту-практиканту необходимо собрать информацию по теме, определить потребителя продукции, сформировать его потребительский портрет и изучить существующие аналоги. Понять какие визуальные образы способствуют наилучшему отображению концепции и зафиксировать собранный материал в виде проектной записки заданного объема.

Творческое мышление студентов-дизайнеров лучше всего находит свое отражение в эскизном поиске. Чтобы закрепить и осмыслить со-

бранный материал, необходимо выполнить поисковые эскизы настроения проекта (не менее трех, на листе произвольного масштаба в цвете), отражающие особенности и специфику темы (формальные образы). О. В. Чернышев, в своей книге «Композиция. Творческий практикум» писал: «формальный образ будет служить эмоциональным стимулом для последующей работы. Это должен быть своеобразный камертон, настраивающий на определенный тип восприятия и образного представления как целостного впечатления от будущего объекта» [2, с.318].

После эмоционального погружения в атмосферу своей идеи и проработки формальных образов начинается поиск проектных решений и работа над эскизами. Нужно определить основную идею дизайна, подобрать ключевые характеристики (вербальное описание), определить пластические и цветовые характеристики, соответствующие идее проекта и отвечающие техническому заданию. Выбрать предполагаемые материалы для реализации проекта (пластик, дерево, металл) и обосновать свой выбор с точки зрения заложенной идеи.

Заданная тема должна быть отражена в дизайне часов, для этого необходимо сформировать предварительную концепцию/легенду проекта, поясняющую замысел автора, выполнить эскизы (с использованием компьютерных программ) путем наложения своей разработки на циферблат существующих моделей. В эскизе также могут быть изменены цвет и материал ремешка и корпуса, выбраны любые стрелки из имеющихся коллекций, либо предложен свой вариант исполнения.

По завершению проработки концепции и эскизов необходимо подготовить отчет по данному этапу, который включает в себя описание идеи, в соответствии с техническим заданием; подготовку графической презентации эскизных решений, содержащую выбранные варианты; визуальные (атмосферные) образы; применяемые материалы; текстовую информацию о потребителе и основных характеристиках проекта. Выбрать лучший эскиз и проработать его детально в графическом редакторе, с учетом производственных требований. Данный эскиз должен выглядеть максимально реалистично, приветствуется дополнительная компьютерная обработка, добавление эффекта стекла, бликов, теней и имитация других используемых материалов.

После завершения концептуального этапа, наступает этап презентационный, который включает в себя разработку макетов сопроводительной продукции. Так как часы предназначены для последующей реализации, им необходима дополнительная продукция, выполненная в общей

стилистике. Для этих целей были выбраны несколько вариантов сопроводительных материалов: буклет, коробка, вкладыш в коробку, пакет и рекламный плакат.

Буклет, как презентация концепции, включает в себя итоговый эскиз, информацию о модели, применяемых технологиях, используемые на циферблате графические приемы, формальные образы настроения проекта. Для студента-практиканта большим плюсом будет получение практических навыков в проектировании современных графических материалов и получение знаний о процессе подготовки для дальнейшего производства и вывода в печать, согласно всем требованиям оформления полиграфической продукции. Будут отработаны навыки организации рекламного материала, работа с типографикой и авторской графикой.

Создание макета упаковочной коробки с предусмотренным внутренним креплением продукта, разработка сопроводительного вкладыша в коробку и подарочного пакета станет стимулом для изучения технологий, конструкций и материалов, связанных с дизайном полиграфической продукции и дизайном упаковки.

Создание рекламного плаката (произвольного формата) для расположения в городской среде станет презентацией разработанной идеи и проинформирует потребителя о выходе новой лимитированной коллекции часов «Луч».

Завершающим этапом практики станет разработка презентации и графической подачи проекта. На данном этапе отрабатываются навыки компоновки выполненных графических материалов для дальнейшей презентации руководителям практики и заказчику от часового завода. В рамках данного этапа студенты должны систематизировать весь наработанный материал, закомпоновать все готовые элементы проекта на двух листах формата А2 сопроводив их пояснительным текстом и предоставить руководителю практики все презентационные материалы.

По результатам практики будет проведен конкурс «MUST ART», на котором будут представлены все проекты и выбраны победители.

Таким образом, сотрудничество кафедры коммуникативного дизайна с часовым заводом «Луч» в рамках производственно-технологической практики, станет профессиональным развитием будущих дизайнеров, даст возможность принять участие в реальном проектном процессе, создать уникальный продукт, а для некоторых студентов может перерасти в будущее сотрудничество и последующее трудоустройство на данном предприятии в качестве дизайнера.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Программа производственной (производственно-технологической) практики: учебная программа УВО для специальности: 1-19 01 01-04 Дизайн (коммуникативный). № 10184 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://elib.bsu.by/handle/123456789/273736. Дата доступа: 15.03.2022.
2. *Чернышев О. В.* Композиция. Творческий практикум: учеб. Пособие. – 2-е изд. Минск : Беларусь, 2013.

СОВРЕМЕННОЕ ИСКУССТВО ИНТЕРЬЕРА НА ПРИМЕРЕ КАФЕ ЮРИДИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА БГУ

MODERN INTERIOR ART: ON THE EXAMPLE OF THE CAFE OF THE LAW FACULTY OF BSU

Д. А. Орлова
D. Orlova

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
email: 8507472@gmail.com

Создание оригинального, функционального и гармоничного интерьера становится главной целью дизайнера в процессе творческой проектной деятельности. Дизайнер интерьера интегрирует в своей работе три профессии: архитектор, дизайнер и декоратор и обязательно должен строго следовать определенным алгоритмам и правилам разработки дизайна интерьера. В отличие от декоратора дизайнер интерьера обязан обладать широкими знаниями в таких областях как история искусства и дизайна, архитектура, знать строительные и гигиенические нормы, разбираться в эргономике, этике и психологии, компьютерных программах для проектирования, знать свойства современных материалов и оборудования, уметь составлять и читать проектные чертежи и многое другое. Кроме того современный дизайнер должен обладать способностью анализировать происходящие изменения в технике и науке, культуре и обществе, а также интегрировать свои знания и опыт в разрабатываемые проекты, прогнозируя будущие потребности современного человека. Дизайн-проект призван решить следующие задачи: эстетическая и творче-

ская, функциональная, экономическая, техническая. В документальном виде дизайн-проект интерьера - это комплект проектной документации: чертежи, ведомости и спецификации отделочных материалов, сантехники, оборудования и т.п.

Ключевые слова: дизайн; дизайн-проект; дизайн интерьера; этапы разработки дизайна интерьера.

Creating an original, functional and harmonious interior becomes the main goal of the designer in the process of creative design activities. In its activities, an interior designer combines three professions: an architect, a designer and a decorator, and is obliged to strictly follow certain algorithms and rules for the development of interior design. Unlike a decorator, an interior designer must have broad knowledge in such areas as the history of art and design, architecture, know construction and hygiene standards, understand ergonomics, ethics and psychology, computer programs for design, know the properties of modern materials and equipment, be able to compose and read design drawings and more. In addition, a modern designer must be able to analyze the ongoing changes in technology and science, culture and society, as well as integrate his knowledge and experience into projects under development, predicting the future needs of a modern person. The design project is designed to solve the following tasks: aesthetic and creative, functional, economic, technical. In documentary form, an interior design project is a set of project documentation: drawings, statements and specifications of finishing materials, plumbing, equipment, etc.

Keywords: design; design project; interior design; stages of interior design development.

Интерьер – архитектурно-художественно оформленный интерьер здания, обеспечивающий эстетическое восприятие и подходящие условия существования людей; интерьер здания или отдельного пространства, архитектурное решение которое обусловливается его многофункциональным назначением. Само понятие дизайна интерьера закрепилось в обществе довольно стереотипно. По мнению большинства людей, дизайн интерьера ограничивается правильной расстановкой мебели, оснащением помещения необходимым освещением и декором. Тем не менее, сегодня ни у кого не возникает сомнений в том, дизайн является видом проектно-художественной деятельности, который связан с разработкой предметного окружения человека, систем визуальной коммуникации и информации, организацией жизни и деятельности человека. Кроме того можно утверждать, что с развитием общества, науки и технологий

«дизайн, как явление, приобретает новые уникальные черты, формирует среду и социальную повестку, новые культурные и моральные ценности. Предметом дизайна становится проектирование и конструирование стиля и образа жизни» [1, с. 11].

Ярким подтверждением этого тезиса служит пример дизайна интерьера, как искусства особого вида. Создаваемый для человека, учитывающий жизненные и культурные потребности потребителя, интерьер из продукта дизайна превращается в «жизненную среду», произведение потребителя. Таким образом, интерьер можно отнести к области «культурных представлений» [2, с. 8]. По стилю, в котором решен интерьер, можно определить вкус и род деятельности потребителя, его статус, имидж, увлечения, характер, менталитет, национальность, и даже количество проживающих в доме.

Учитывая сложность задачи создания интерьера, отвечающего функциональным и эстетическим запросам потребителя, главной целью дизайнера становится создание оригинального и гармоничного интерьера, имеющего свой стиль и колорит. Только в этом случае успешной реализации дизайнером данной цели можно будет утверждать, что интерьер является организованным культурным пространством, своеобразной моделью бытия для человека. Анализ дизайна современного интерьера позволяет выявить представления, которые лежат в основе отношений человека с миром вещей, потребности оформлять бытие посредством дизайна. Стихийно формирующаяся в процессе жизнедеятельности конкретного человека «жизненная среда», отличается от интерьера – продукта дизайна, который отражает коллективные представления определённого общества на определённом этапе культурного развития. Дизайн интерьера сочетает в себе черты и признаки художественного и промышленного дизайна. С семиотической точки зрения, дизайн является своеобразным метаязыком по отношению к реальным вещам и языком-объектом для представлений человека о мире, преобразованном дизайном. Для дизайна интерьера, когда вещь в системе дизайна становится знаком, важным является следование принципу оптимальной организации знаков. Функциональность современного интерьера проявляется в «уравновешенном состоянии системы вещей-знаков» [2, с. 12].

Следует различать деятельность декоратора и профессионального дизайнера интерьера. Ведь чтобы быть способным создавать достойные интерьеры профессиональному дизайнеру недостаточно проявлять художественный вкус в подборе текстиля, мебели и цветовых решений.

Специалист обязан обладать широкими знаниями в таких областях как история искусства и дизайна, архитектура, знать строительные и гигиенические нормы, разбираться в эргономике, этике и психологии, компьютерных программах для проектирования, знать свойства современных материалов и оборудования, уметь составлять и читать проектные чертежи и многое другое. Кроме того современный дизайнер должен обладать способностью анализировать происходящие изменения в технике и науке, культуре и обществе, а также интегрировать свои знания и опыт в разрабатываемые проекты, прогнозируя будущие потребности современного человека.

Дизайнер интерьера интегрирует в своей работе три профессии: архитектор, дизайнер и декоратор и обязан строго следовать определенным алгоритмам и правилам разработки дизайна интерьера.

Дизайн интерьера – это проектная творческая деятельность по созданию комфортной для человека предметной среды. Жилой, офисный или производственный интерьер, выполненный в едином стиле с высокими потребительскими и эстетическими качествами, а также создание оптимальных условий для жизни, деятельности и творчества человека являются главными целями дизайна интерьера.

Интерьер можно подразделить на 2 основные группы – общественный и жилой. От принадлежности помещения к жилому или общественному типу зависят требования, исходя из которых разрабатывается дизайн-проект.

В документальном виде дизайн-проект интерьера – это комплект проектной документации: чертежи, ведомости и спецификации отделочных материалов, сантехники, оборудования и т.п. Дизайн-проект призван решить следующие задачи:

- эстетическая и творческая – учитывается стремление заказчика к комфорту, его представления о красоте и уюте, а также модные, современные тенденции;
- функциональная – при создании интерьера необходимо учитывать его назначение, обеспечить удобство с учетом требований эргономики, нормативных показателей инсоляции и акустики, учитывать особенности психологии, а также соблюдение технологических требований;
- экономическая – на основе готового дизайн-проекта следует определить размер стоимости строительства и комплектации, произвести

расчет сметы на строительно-отделочные работы, выявить возможные пути экономии без ущерба для конечного результата;

- техническая – при проектировании стен и перегородок следует строго соблюдать законодательные и строительные нормы и правила, учитывать технические регламенты при описании разводки электрики, кондиционирования и климатического оборудования, сантехники, применять профессиональные знания из области климатологии, акустики, архитектурного материаловедения и пожаробезопасности.

В ходе разработки дизайна интерьера выделяют три основных, качественно отличных и взаимодействующих между собой этапа:

- планировочный этап;
- стилевой этап;
- технологический этап.

Планировочный этап включает в себя общение с заказчиком, сбор и обработка информации. На данном этапе анализируются особенности объекта, производятся замеры, оформляются чертежи. Первой частью проектирования является техническое задание, в которой клиент делится пожеланиями, а дизайнер знакомится с объектом. Это набор структурированной информации, по которому будет осуществляться проектирование. Этап технического задания состоит из сбора предварительной информации и анкетных данных, фотофиксации, плана обмеров, подбор референсов и функциональное зонирование. В результате становится возможным создание и оформление нескольких вариантов планировочного решения и концептуальный дизайн.

В ходе осуществления стилевого этапа предлагаются варианты художественного решения, проводится детальная проработка и создается объемное моделирование объекта и 3D-визуализация. Эскизный проект включает в себя планировочное решение, эскизы геометрии, принципиальный подбор материалов, цветов, оборудования, визуализацию, светодизайн и т.п. Планировочное решение основано на обмерном плане. Дизайнер предлагает логичные решения пространства, которые отражают идеи технического задания или дополняют его новыми находками. Целью планировочного решения является работа с пространством, рациональное его использование, размещение запланированных функций объекта. Планировка – это скелет проекта, половина дизайна, основа качественного проекта. Вместе с тем с целью развития идеи дизайна и облегчения понимания пространства дизайнер оформляет трехмерные

эскизные чертежи или макеты. Избавиться от неправильных решений позволяет 3D-визуализация, показывающая освещение, реальные материалы отделки, матовые и глянцевые поверхности, распределение отражений, цветовое оформление.

На технологическом этапе проводится разработка технической документации, комплектация проекта материалами и оборудованием, а также реализуется авторский надзор. Разработанный технический проект в виде сформированного альбома чертежей представляет собой ремонта чертежи и схемы, необходимые для проведения строительства, описание интеграции инженерных сетей в дизайн, перечень мебели и оборудования.[3, с. 13] Необходимые альбомы чертежей содержат:

- обмерный план;
- экспликация помещений;
- план демонтажа и возведения перегородок;
- план расстановки мебели и сантехники;
- план полов и потолков;
- план размещения светильников, выключателей, розеток, слаботочных выводов;
- развертки по стенам;
- узлы сложных конструктивных решений;
- эскизное решение встроенной мебели;
- спецификация отделочных материалов с площадями и наименованиями;
- ведомость заполнения дверных и оконных проемов;
- ведомость предметов мебели и источников света;
- альбом с рекомендуемыми материалами отделки и мебелью.

Описанные выше задачи и этапы разработки дизайн-проекта кафе юридического факультета БГУ были успешно реализованы с учетом современных направлений в дизайне интерьера, а также в соответствии с гигиеническими требованиями для помещений общественного питания, эргономики, уровня освещенности и цветовосприятия.

Особенность кафе юридического факультета БГУ заключается в том, что для общественного помещения, ещё и предназначенного для общественного питания, он довольно небольшой, с низким потолком, к тому же, находится в полуподвальном помещении. Помимо этого, корпус юридического факультета расположен в центре города – присутствует

доля конкуренции с расположенными вокруг заведениями общественного питания.

После ознакомления с тем, как выглядит помещение, с его параметрами и функциональными особенностями, была продумана процессуальная система функционирования данного пространства.

Было принято решение отталкиваться от таких стилей, как функционализм, Баухауз и минимализм. Реализованы главные принципы этих стилей: доступность и массовость предметов и материалов, эргономичность и удобство ежедневного использования, минимализм и геометричность форм. В интерьере помещения кафе была предусмотрена зональность – с помощью мебели и цветовых акцентов были выделены обеденная зона, столы, зона раздаточной, барная стойка. Данное решение позволило увеличить наполняемость буфета и поспособствовало удобству размещения посетителей. Цветовые акценты были сделаны красным цветом, который обладает большим физиологическим и психологическим воздействием на человека – привлекает внимание, стимулирует аппетит, усиливает моторику, оказывает пробуждающий эффект и заряжает энергией. Броский красный цвет сидений дивана, стульев и подносов отлично сочетается с белым и серым цветом стен, напольной плиткой бежевого цвета, черными металлическими ножками мебели, а также со столешницами цвета натурального дерева и стальными стойками для посуды и холодильным оборудованием. Много внимания в дизайн-проекте кафе уделено освещению – эффектные лампы в большом количестве, дающие яркий белый свет, помогают визуально расширить пространство. Для выразительности художественно-образного решения интерьера, а также для усиления акцентов и оживления интерьера были разработаны эскизы росписей стен и витражи для окон (ещё одна особенность помещения – окна выходят на стену). Реализация данного решения позволила создать определенную благоприятную атмосферу для питания и отдыха посетителей кафе юридического факультета и придать интерьеру уникальность.

Обновлённый интерьер поспособствовал увеличению числа посетителей и сделал кафе юридического факультета БГУ популярными местом отдыха не только для студентов и работников юридического факультета БГУ, но и для сотрудников организаций, расположенных поблизости.

Таким образом, мы можем утверждать, что для успешной реализации задач и целей дизайна интерьера специалисту-дизайнеру необходимо обладать профессиональными навыками и знаниями таких специалистов,

как архитектор, дизайнер и декоратор. Дизайнер интерьера, обладающий специфическими знаниями и компетенциями, способен интегрировать в своем дизайн-проекте современные визуальные стили и актуальные технические решения, формируя таким образом стиль и образ жизни потребителя. Строгое следование алгоритму разработки и этапам реализации дизайн-проекта интерьера позволяет реализовать задачу создания оригинального и гармоничного интерьера, который способен не только отвечать функциональным и эстетическим запросам потребителя, но и принципиально отличаться от просто «жизненной среды» человека.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Краснобородкина А. Г.* Дизайн как способ организации предметно-пространственной среды в культуре XX века : автореф. канд. культурологии: 24.00.01; НВГУ. Нижневартовск, 2004.
2. *Панкратова А. В.* Дизайн интерьера как семиотическая структура: автореф. дис. канд. философских наук: 24.00.01; ННГАСУ. Нижний Новгород, 2007.
3. *Тарасова А. Г., Шуплецов В. Ж., Шуплецова Е. Ж.* Проектирование интерьеров предприятий общественного питания. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2018.

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СПЕЦОДЕЖДЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ ЭРГОДИЗАЙНА

WORKWEAR DESIGN BASED ON ERGODESIGN PRINCIPLES

Л. Х. Фаритова, В. И. Качева
L. Faritova, V. Kacheva

Уфимский государственный нефтяной технический университет,
Уфа, Россия
Ufa State Petroleum Technological University
Ufa, Russia
e-mail: faritova54@mail.ru; 1528833@mail.ru

Рассматриваются вопросы эргономического дизайн проектирования современной одежды специального назначения. Роль эргодизайна в развитии промышленного производства спецодежды в условиях рыночной экономики. Приведены результаты реализации принципов эргодизайна

при проектировании спецодежды для руководителей среднего звена в нефтяной компании.

Ключевые слова: одежда специального назначения; прозодежда; эргодизайн; фирменный стиль; проектирование коллекции спецодежды.

Issues of ergonomic design of modern special-purpose clothes are considered. The role of ergodesign in the development of industrial production of special clothing in a market economy conditions. The results of the implementation of ergodesign principles in the design of special clothing for middle managers in an oil company are presented.

Keywords: special-purpose clothing; clothing; ergodesign; corporate identity; designing a collection of workwear.

Одежда специального назначения в современном рынке занимает значительное место, так как она востребована на промышленных предприятиях различного типа. Анализ спроса на ассортимент спецодежды показывает, что предприятиям выгодно закупать изделия, не только удовлетворяющие требованиям соответствия защитным функциям, но и эргономическим и эстетическим требованиям. Поэтому повышение уровня эргономических и эстетических показателей качества современной одежды специального назначения является актуальной задачей, которая решается современными дизайнерами и решалась проектировщиками на протяжении длительного периода времени.

Так, разработкой специальной одежды (прозодежды), как называли ее в эти времена, для разного вида производств занимались известные советские модельеры и художники: *Н. Ламанова*, *А. Родченко*, *В. Степанова*. Именно художники костюма использовали в своем творчестве идею сочетания функциональности, эстетичности и эргономичности в актуальный в то время дизайн производственной и бытовой одежды, обращаясь к традициям народного костюма [1]. Существенный вклад в развитии методологии художественного проектирования спецодежды с использованием в качестве творческого источника кроя народной одежды внесли научные работы проф. *И. Н. Савельевой* (РосЗИТЛП). Так, автором рассмотрена спецодежда как объект и продукт дизайна, разработаны методологические и практические основы художественного проектирования спецодежды для рабочих горячих цехов [2]. Теоретико-методические основы эргономического проектирования спецодежды разработаны в СПГУТД, под руководством проф. *В. Е Романова* и проф. *Е. Я. Сурженко*. Разработана концептуальная модель организации, про-

цесса эргономического проектирования, доказана связь эргономичных конструкций спецодежды со спецификой трудовых движений, разработан комплекс методов и средств обеспечения и оценки эргономического соответствия изделий условиям эксплуатации [3].

Проектирование и производство качественных, конкурентоспособных изделий специального назначения, отвечающих современным требованиям, возможно на базе передовых эффективных технологий с использованием новейших достижений научно-проектных дисциплин. К числу таких технологий относится эргодизайн – новый вид проектной деятельности, отличной от эргономического художественного проектирования. Основная задача эргодизайна – обеспечение трех аспектов проектирования: средств и условий жизнедеятельности человека, удобства и комфорта, а также и эстетического совершенства [4]. Роль эргодизайна возрастает с развитием промышленного производства одежды в условиях рыночной экономики, и это требует иного подхода к проектированию индустриальной продукции, так как прежний опыт проектирования спецодежды в рамках жесткой привязанности к нормативно-техническим документам, регламентированных государством утрачивает актуальность в новых условиях хозяйствования. В условиях функционирования рыночной экономике, при отсутствии дефицита промышленной продукции современного потребителя привлекают изделия, при прочих равных условиях, спроектированные на принципах эргодизайна.

На сегодняшний день многие крупные промышленные компании имеют возможность заказать разработчикам специальную и рабочую одежду в корпоративном, фирменном стиле, что позволяет поднять имидж предприятия, создать его рекламу, повысить привлекательность труда и его производительность. Используя знаковые функции спецодежды (цвет, эмблемы) управлять эстетикой и культурой производств.

Однако, следует учитывать, что проектирование специальной одежды является сложной, многофункциональной задачей, так как требования к ней регламентированы соответствующими нормативными документами, условиями производства, а также требованиями технической эстетики и эргономики и результатов социологических исследованиях по выбору предпочтительных вариантов функционально-модельных решений. Эти факторы часто являются противоречивыми и накладывают определенные ограничения при разработке дизайн проектов спецодежды. Как справедливо отмечают авторы длительный период в проектировании

изделий специальной одежды господствовал функционально-экономический подход, при котором максимальная унификация конструкций, узлов, деталей и элементов обеспечивала минимизацию затрат промышленных предприятий на обеспечение спецодеждой работающих, занятых в различных отраслях народного хозяйства. Окончательное профессиональное обоснование вариантов дизайнерских решений изделий должно базироваться не только на совокупности выявленных предпочтений, но и на закономерностях композиционного построения одежды специального назначения [5].

Таким образом, современное состояние вопроса о необходимости использования принципов эргодизайна при проектировании одежды специального назначения с элементами фирменного стиля предприятия является бесспорным. Поэтому многие моделирующие организации, промышленные и швейные предприятия привлекают к задаче создания современных форм одежды специального назначения коллективы специалистов дизайнерского профиля, в том числе и вузовские.

Так, кафедре дизайна и искусствоведения Уфимского государственного технического нефтяного университета была поставлена задача по разработке коллекции спецодежды фирменного стиля с улучшенными эргономическими и психофизиологическими параметрами для работников нефтехимической промышленности. На всех этапах проектирования коллекции были использованы принципы эргодизайна:

- обеспечение антропометрического соответствия спецодежды в статике и динамике;
- обеспечение гигиенического соответствия условиям эксплуатации;
- обеспечение психофизиологического соответствия при использовании элементов конструкций;
- обеспечение стилевого единства с производственной средой;
- обеспечение художественной выразительности;
- обеспечение товарного вида.

Реализация поставленной задачи представлена в виде эскизного ряда коллекции моделей специальной одежды для руководителей среднего звена в нефтяной компании и модельного ряда изделий, выполненных в материале. В целом, разрабатываемую коллекцию отличает простая форма костюма, прямой среднего объема силуэт, свободный покрой рукава функциональные детали, оригинального конструктивного решения. В композиции моделей учитывается учет принципа тектоничности фор-

мы, то есть свойств материала, (плотность и масса ткани, ее упругость, фактура, пластические характеристики, структура). Предпочтение отдавалось материалам преимущественно натуральным с хорошей дышащей поверхностью. Важными критериями отбора материала стали так же такие свойства ткани как формоустойчивость, ветрозащитность, влагозащитность, высокая износоустойчивость. Цвет, использованный в коллекции одежды специального назначения, обладает свойством зрительно передать ощущение уверенности в себе, самоутверждения, внутренней гармонии, активности и эмоционального комфорта

Модели представлены на мужские типовые фигуры малых полнотных групп высокого роста. В данной работе была учтена эргономика с точки зрения удобства конструкций в динамике и статике. Были внесены некоторые новшества в создание данной работы, для удобства и безопасности в работе с различной агрессивной средой.

На рисунке 1 (Прил. 8, рис. 1) представлена модель дождевик. Эта модель разработана для ветреной и дождливой погоды. Капюшон имеет прозрачный козырёк для того чтобы дождь, во время работы на улице, не попадал в глаза. По низу рукава манжет с эластичной тесьмой для удобства ношения и тепла. На спинке расположен накладной карман размером под документы (размер А4).

Летний вариант представляет комплект из жилета и брюк (Прил. 8, рис. 2). Большое количество карманов, на передней части жилета и спинке, делает его многофункциональным, а сверхпрочная ткань (которая предлагается к использованию: устойчивая к разрывам, порезам и стиранию) – долговечным. Также предлагается оснастить жилет специальными петлями для фиксации рабочих инструментов и рации. Летний комплект предусматривает брюки прямого кроя, на поясе эластичная тесьма для удобства носки. По линии колена расположена дополнительная защита (Прил. 8, рис. 1, 2).

Модель на рисунке 3 (Прил. 8, рис. 3) представляет собой летний комбинезон на кулиске с заниженной линией талии. Вид покроя рукава –полуреглан, способствующий хорошей посадке на любом типе фигуры. Отличительная черта – зауженные к низу брюки. Предлагается использовать натуральные ткани для кроя, для обеспечения большего комфорта. Модель имеет большое количество различных карманов, рассчитанных под различный инструмент, ниже линии колена закрывающаяся на ленту липун имеется дополнительная секция для использования наколенников.

Куртка свободного кроя с накладными карманами, и манжетами на рукавах (Прил. 8, рис. 4). Капюшон куртки имеет нестандартную форму, для защиты лица от ветра. Модель подходит как для демисезонного, так и для летнего сезона. На спинке данной модели располагается карман – портфель, для документов который возможно носить как в виде рюкзака, так и в руках в виде папки. На брюках располагается необходимое количество карманов для ручек, карандашей и мелкой фурнитуры, на коленях – секции для использования наколенников.

В рамках развития проекта была создана коллекция (Прил. 10, рис. 5) из инновационных материалов для студентов, которые проходят практику на нефтеперерабатывающем производстве и на буровых. Опыт стал основанием и для разработки более фундаментального научного исследования. В первоначальном поиске авторы провели исследование по поводу специальных задач прозодежды с ориентиром на студенческие практики, поэтому концепция предлагалась из высокотехнологичных новых материалов (жидкое стекло, непромокаемые ткани, которые дают влагостойкость и ветрозащиту). Оверсайз-размер моделей коллекции позволяет гибко относиться к комплектации изделий, надевать внутрь множество утепляющих слоев (свитер и т. д.). Коллекция была апробирована молодежной группой, так как они часто отдают предпочтение простым вещам, объемным с хорошей комбинаторикой, трансформацией и с определенной цветовой гаммой. А также демонстрировалась на конкурсе *«Модельер года–2021» (Ufa Fashion Week–2021)* и была отмечена Гран-при.

В рамках данного исследования предлагается более глубокое исследование, и создание обновленной практичной коллекции, которая способна дополнить любой молодежный гардероб или стать его основой. Коллекция предполагается как для мужской, так и женской, молодежной аудитории.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Стриженова Т. К.* Из истории советского костюма М. : Советский художник, 1972.
2. *Савельева И. Н.* Художественное проектирование спецодежды для рабочих горячих цехов (основы тория и практика). М. : Легпромиздат, 1988.
3. *Романов В. Е.* Системный подход в проектировании специальной одежды. М. : Легпромиздат, 1981.
4. *Чайнова Л. Д.* Качество жизни, эргодизайн и эргономика развития // Труды ВНИИТЭ. Серия «Качество жизни». 2009. № 18.
5. *Азрикан Д. А.* Эргодизайн. Проблемы и перспективы // Техническая эстетика. 1987. № 3.

РАЗДЕЛ 4
ИСТОРИЧЕСКИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ДИЗАЙНА

СКАЗКА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИЗАЙНЕРОВ КОСТЮМА В XXI ВЕКЕ

TALE IN ACTIVITY COSTUME DESIGNERS IN THE XXI CENTURY

Т. Ю. Воробьева
T. Vorobyeva

ГПБОУ РО Новочеркасский промышленно-гуманитарный колледж
Новочеркасск, Россия
SPBEI the Rostov Region Novocherkassk Industrial and Humanitarian College
Novocherkassk, Russia
e-mail: TYVorobyeva@yandex.ru

Время в достопамятстве Мира играет разные роли или сущности. Существуют мифологические, сказочные, религиозные и научные периоды в календаре, принятом в той или другой стране, культуре, народе. Для сохранения традиционной народной культуры необходимо сохранять народную сказку, которая во многом определяет развитие народа, в том числе и в материальной культуре. В начале XXI века в дизайне актуален вопрос традиционной народной сказки в дизайне, ее видения и/или интерпретации в цикле «народная сказка – автор – искусство – дизайн – сказка – новые традиции, нововведения».

Ключевые слова: сказка; дизайн; выставка; образ; мировоззрение; пространство; время.

Time in the memory of the World plays different roles or entities. There are mythological, fabulous, religious and scientific periods in the calendar adopted in one or another country, culture, people. To preserve the traditional folk culture, it is necessary to preserve the folk tale, which largely determines the development of the people, including in material culture. At the beginning of the 21st century, the question of the traditional folk tale in design, its vision and / or interpretation in the cycle «folk tale – author – art – design – fairy tale – new traditions, innovations» is relevant in design.

Keywords: fairy tale; design; exhibition; image; world outlook; space; time.

Сказка представляет форму воображения и памяти одного человека, народа и человечества. Сказки и мифы имеют родственную природу, а пространство и время в них иные или другие как и пространство, и время создания сказки в Мире. Во многом сказки соответствуют тайному замыслу мифа, и в тоже время есть разница в воплощении: возвышенного – низменного, достоверного – недостоверного, открытого – закрытого. Мифом предполагается явь, которая: искажена, частично или полностью забыта. Сказка же представляет воспоминание о мифе, осуществленное на самобытном языке народа.

Авторскими сказками предопределен пересказ одной или нескольких сказок, традиционных для того или иного природного и культурного пространства Мира. Авторские сказки по пространственной организации текста, композиции текста, изменяют в некотором смысле общую, характерную для народа, тему и замысел не зависимо от известной доли научных изысканий в области морфологии сказки, сказковедении и стремлении придать сказкам структурность и системность, классифицировать сказочные сюжеты. Изыскания в области структурности сказок начаты в середине XX в., если не учитывать первоначальный опыт обществ фольклористов и собирателей сказок в разных сторонах света, проводились: *А. Н. Афанасьевым*, *Ю. Е. Березкиным*, *Е. М. Мелетинским*, *А. А. Потебня*, *А. Преображенским*, *В. Я. Проппом*, *Б. А. Рыбаковым*, *В. Н. Топоровым*, *А. Джонсом* и др. В области отечественного искусствоведения сказочные образы мало изучены. Исключение составляют единичные исследования архетипов в разных видах и жанрах искусства. Основная задача ученых заключалась в поиске и упорядочивании того, что *А. Бастиан* в 1868 г. определил как врожденные для каждого человека «элементарные идеи, мысли» человечества (англ. *elementary thoughts*, нем. *Elementargedanken*).

Сказка, следуя за мифом, представляет древнейший пласт памяти Мира, несмотря на неоднозначность мнений о времени ее создания человечеством и народом. В любом случае некоторые сюжетные линии сказок связаны с мифологическими мотивами народов Мира. Существует некоторая взаимосвязь и схожесть сюжетов и мотивов мифов, сказок в мировом измерении. Авторские сказки, опираясь на традиционные сказки и мифы, синтезируют их вследствие чего возможно возникновение искаженных или новых смыслов по схеме: «народная сказка – ав-

тор – искусство – дизайн – сказка – новые традиции, нововведения». С этой точки зрения актуально изучать как традиционную народную сказку, так и литературную с учетом морфологии и композиции сказки. Посредством сказки отражаются связи: «пространство – время», «сказочное – реальное (настоящее, видимое, ощущаемое) – ирреальное (выдуманное, невидимое, неведанное)», «свое – другое / иное – чужое», «открытое – закрытое» и т.д.. Все представленные связи существенно влияют на восприятие пространства и времени, одновременно формируя у воспринимающего сказку и сказочные образы вид и характер доступности, открытости или таинственности пространства. Первый уровень защиты человека в жизни составляет последовательность телесного строения человека в виде кожных и волосяных покровов. За первым уровнем следует уровень костюма и, соответственно, далее архитектурный и предметный мир. Кроме значимости с точки зрения защиты существует такая же сложная структура знаковости и символичности покровов в человеческой жизни и игре. Для XXI века характерна тенденция к уходу от реальности посредством погружения в тот или иной нереальный с точки зрения текущего времени мир. Сказка, сказочный и мифологический сюжет выходят на первое место среди них, обгоняя детективный жанр или поглощая его и включая в структуру современной сказки и современного мифа.

В XX в. так называемые «сказочные коллекции», «сказочные образы» опирались в большей мере на литературный, религиозный историзм и художественный академизм. В тот период мифологизировалось прошлое время в основном посредством противоположных женских образов из разных религиозных мифологических систем: «нимфа (фея)» – «Саломея – Мадонна» [1]. В настоящем «сказочный костюм» рассматривается в двух видах: костюм, созданный для кинематографической постановки; костюм, созданный на основе традиционной и/или литературной сказки. В качестве основы образов художники используют: авторские иллюстрации, созданные к одноименным сказкам художниками-иллюстраторами и одежду периода, создания и/или издания сказки. Исключение составляют единицы, создававшие, воспроизводившие и создающие нечто невообразимое, документально не отраженное в памяти человечества. Природа их представляет интерес для самостоятельного исследования фантазии художника и дизайнера.

В исследовании традиционной культуры интересно изображение костюма в тексте и композиции сказки. Следует отметить, что для конца

XX – начала XXI веков характерна ориентация художников и дизайнеров костюма на литературный образ, который на уровне названий сказок более проработан в сказках с главной героиней. В связи с этим в дизайне костюма, кинематографе, мультипликации и книгоиздании наибольшее внимание уделено женским образам: «Красная Шапочка»[1], «Лебединое озеро»[2], «Золушка»[3], «Русалочка», «Белоснежка», «Снежная Королева», «Красавица и Чудовище», «Рапунцель», «Волшебник страны Оз», «Алиса в стране чудес», «Спящая красавица»[4]. Основу сюжета «девичьих сказок» представляет девочка, девушка, попадающая в непредвиденные, волшебные, магические, сакральные ситуации из которых она выходит

---

1 Народная сказка Западной Европы «Красная шапочка» (фр. *Le Petit Chaperon rouge*; нем. *Rotkäppchen*) в вариациях: «Сказка сказок» (неап. *Lo cunto de li cunti overo lo trattenemiento de peccerille*, 1634г. и 1636 г.) Джамбаттиста Базиле, 66 лет. (итал. *Giambattista Basile*; анаграммный псевдоним *Gian Alesio Abbattutis*, 15.02.1566, Джульяно ин Кампанья, 40°56′ с. ш. 14°12′ в. д. Неаполитанское королевство – 23.02.1632, там же). Стиль – барокко; «Красная шапочка», 1697 г. в книге «Сказки матушки Гусыни, или Истории и сказки былых времен с поучениями» Шарль Пьеро, 75 лет (фр. *Charles Perrault*; 12.01.1628, Париж, Королевство Франция – 16.05.1703, Париж). Перевод на русский сборника «Волшебные сказки Перро». Опубл.: 1867. И. С. Тургенев; «Жизнь и смерть Красной Шапочки», 1800 г. Людвиг Иоганн Тик (нем. *Johann Ludwig Tieck*, 31.05.1773, Берлин – 28.04.1853, Берлин). Стиль – немецкий романтизм; Братья Гримм (нем. *Brüder Grimm* или *Die Gebrüder Grimm*; Якоб, 4.01. 1785, Ханау, ландграфство Гессен-Кассель – 20.09. 1863, Вильгельм, 24.02. 1786 – 16.12. 1859, Берлин, Пруссия, старое кладбище Святого Матфея в Шенеберге).

2 «Лебединое озеро» – балет. Автор – П. И. Чайковский, 1875–76 гг. В качестве возможных источников замысла балета рассматриваются: русская сказка «Белая уточка» и немецкая народная сказка в обработке Иоганна Карла Августа Мусойса «Украденная вуаль».

3 Известна также вариация «Маленькая хрустальная туфелька». Сюжет − угнетаемая девица изменяет пространство и уровень обитания посредством выхода замуж за представителя королевской или царской семьи. Прототип сказки − история греческой рабыни, вышедшей замуж за египетского царя, рассказанная греческим географом Страбоном (7 год до н. э. – 23 год н. э.).

4 Известна из повествования «Перцепфорест» (1330–1344 гг.). Сказка впервые опубликована Джамбаттистой Базилем в сборнике сказок под названием «Пентамерон» в 1634 году. Далее была переработана и опубликована Шарлем Перро в *Histoires ou contes du temps passe* (1697 год). Самая известная версия представлена в дальнейшем братьями Гримм.

победительницей. В массовом современном сознании закрепляется образ девицы, преодолевающей отрицательное судьбоносное пророчество, действо посредством своего существа – внешнего и внутреннего и соответственно, идущая наперекор судьбе или как раз наоборот в пространстве понятий духовного выбора жизни.

В дизайне в основном сказочным женским образам уделено внимание со стороны компании Уолт Дисней Компани (анг. *The Walt Disney Company*). В 2020 году журнал дизайна моды *Vogue* выпустил книгу *«Fantasy and Fashion»* по перечисленным ранее киносказкам. В качестве моделей, демонстрировавших сказочный костюм, в книге представлены актрисы, сыгравшие главные роли [2]. Пространство и наполнение, объемно-пространственная структура и композиция экспозиции в книге смоделированы в соответствии с видением сказочного сюжета декораторами. Книга «Fantasy and Fashion» стала первой книгой в истории дизайна и моды, представившей исторические и смысловые аспекты авторских сказок через призму «высокой» моды и дизайна в XXI веке. Таким образом, Уолт Дисней Компани совместно с Vogue, в первой половине XXI века на мировом уровне определяют вектор развития «сказочного костюма», «сказочного образа» в дизайне женского существа, что представляет собой отрицательный фактор в пространстве сохранения традиций не в англоязычном мире.

Впервые опыт представления «сказочных образов» в дизайне костюма был обобщен на выставке «Сказочная мода» (англ. *Fairy Tale Fashion*, 15.01.2016 – 1.04.2016), проведенной музеем Института костюма и технологий (англ. *FIT − Fashion Institute of Technology*, 1944 г., Нью-Йорк, США) [6]. Выставка продемонстрировала ориентир кутюрье на авторские французские – Ш. Перро (фр. *Ch. Perrault*), немецкие – Братья Гримм (нем. *Brüder Grimm*) и датские сказки – Х. Х. Андерсен (дат. *H.-K. Anɐsn̩*). Научное видение сказочной моды или костюма в традиционной сказке впервые подготовлено *Р-А. С. До Розарио* в 2018 г. [3].

В сказках традиционно не приводят характеристик времени. О периоде развития сказочного произведения мы делаем вывод по предметному пространству сказки. Исходя из неясности времени в сказке и в иллюстративном труде, и в труде художника вопрос выбора времени основы костюма, объемно-пространственной его структуры, динамичности и т.д. остается в пространстве представлений художника-иллюстратора, графического дизайнера. Исключение составляют цвет и в некоторых вариантах – материал. В основном авторы графической части сказочных

произведений ориентируются на период жизни авторов, время создания сказки. Представленные на выставке работы составили одежду и аксессуары XVIII – XXI вв. В качестве дизайнеров костюма были представлены дизайнеры и компании: Александр МакКуин (англ. *Alexander McQueen*), *Dolce & Gabbana*, Том Форд (англ. *Tom Ford*), Прада (англ. *Prada*), Мэри Катранзу (англ. *Mary Catranzu*), *Comme des Garcons*, Чарльз Джеймс (англ. *Charles James*), Джон Гальяно (англ. *John Galliano*) и т. д.

В Российской Федерации представление сказочных сюжетов ведется с 2009 г. музеем «Царское Село». Идея выставки 2018 г. «Сон в летнюю ночь» [4] основывалась на произведениях У. Шекспира, где воплощение идеи решалось посредством множества костюмов фей. Спустя два года (2020) Третьяковская галерея показывает «белокаменную» мультимедийную выставку, посвященную сказке в виде одновременной экспозиции «живописное произведение – кинокартина» [5]. Через три месяца после ее закрытия на киностудии им. М. Горького 18 декабря 2020 года открывается выставка «Образ сказочного персонажа в кино» или «Без сказки нет детства». Основу выставки составили сказочные наряды и аксессуары из 7 фильмов-сказок режиссера А. Роу, созданные за 34 г. в период 1941 – 1975 гг.: «Конек – Горбунок» (1941), «Мария – искусница» (1959), «Королевство кривых зеркал» (1963), «Морозко» (1964), «Огонь, вода и… медные трубы» (1968), «Варвара-краса, длинная коса» (1969), «Финист – Ясный сокол» (1975) и облачений из 1-го кинопроизведения М. Юзовского «После дождичка в четверг» (1985) [6]. Таким образом, в России в области дизайна костюма в отличии от западного мира, сказочная тема представлена только в контексте живописных и кинематографических произведений прошлого, за исключением выставки костюмов к киносказке «Конек Горбунок» [1][7].

Спектр охвата сказочного пространства в полярном мире пока не равнозначен. Качественно и количественно западный мир разрабатывает авторские сказки и пропагандирует их по всему миру. В большинстве стран славянского региона продукция Уолт Дисней Компани доминирует на рынке детского игрового кино и игрушек (кукол). У подрастающего поколения складывается стереотип, в том числе волшебного, сказочного костюма, который не соответствует коренному, традиционному народному видению славянских народов. Многослойность костюма тожде-

[1] Фильм снят на основе литературной сказки П. П. Ершова (1834 год). У литературной сказки есть прототип – русская народная сказка «Свинка золотая щетинка».

ственна представлению о мироустройстве и в этом отношении народный костюм заслуживает внимания искусствоведов и культурологов. При этом спектр сказки проходит разные уровни толкования «традиции – народная сказка (прошлое время) – автор – искусство (художник, иллюстратор, сценарист, режиссер и т.д.) – дизайн – сказка (будущие время?) – традиции». Цветовая палитра фильмов-сказок Уолт Дисней Компани, тематических журналов и книг в основном словно пребывает под теневой завесой. Цвета, несмотря на их природную живость, приглушены и как бы задавлены. Что сохраняется от традиционной волшебной сказки в череде интерпретаций представителями своего и чужого миров? Дабы подобные вопросы находили ответ целесообразно вводить в образовательную программу подготовки дизайнеров разных направлений и профилей предметы фольклорного характера: «Этнографические исследования», «Фантастический рисунок», «Морфология сказки и мифа». Следует отметить, что дисциплины, связанные с этнографическими исследованиями в англоязычном мире введены в программу подготовки дизайнеров в большинстве ведущих вузов в XXI в. По данным ООН 1985 года в мире насчитывалось 213 стран, среди которых 171 являлось суверенными государствами, а прочие составляли колониальные и зависимые территории. Численность народов, проживающих в странах мирах, не имеет однозначных данных и колеблется в пределах нескольких тысяч. Среди них представители славянского мира составляют порядка 300 млн. человек, включая восточных (русские, белорусы, украинцы), западных (поляки, чехи, словаки, кашубы и лужичане) и южных (болгары, сербы, хорваты, боснийцы, македонцы, словенцы, черногорцы) славян в традиционных странах которых проживают также представители разных народов, имеющие свои сказки, обряды и обычаи. В России, принятой в мировом порядке восприятия и статистических данных как страны восточных славян, проживает свыше 200 народов, каждый из которых обладает самобытной культурой, языковым и знаковым пространством.

Славяне представляют собой крупнейшую языковую и культурную общность народов мира. Общая численность славян в мире составляет 300–350 миллионов человек. Выделяют западных (поляки, чехи, словаки, кашубы и лужичане), южных (болгары, сербы, хорваты, боснийцы, македонцы, словенцы, черногорцы) и восточных славян (русские, белорусы и украинцы). Однако по прогнозам ООН к 2050 году в большинстве славянских стран население сократится более чем на 15 %, в том числе по причине миграции. В настоящее время статистические опросы

студентов-дизайнеров, рожденных в XXI в. показывают, что они практически не знают сказок, обрядов, обычаев своего народа. Не знаю они также авторских сказок, составленных на основе народных сказок. Среди студентов-дизайнеров славянского происхождения доминирует увлеченность образами аниме, манга с ярко выраженной этнической составляющей японской, корейской, китайской культуры. Представление о богатырской культуре славянского народа они черпают из киносказки «Последний богатырь» (2017−2021 гг.), производства компании «Уолт Дисней Компани СНГ» и киностудии *«Yellow, Black and White»*. Соответственно и переработанный дизайн сказочного костюма несет в себе черты чуждого достопамятства. В советский и постсоветский период значительная доля известных и памятных киносказок снималась на киностудии «Беларусьфильм» с 1965 по 2020 гг. Общее количество сказок составило 17 детских фильмов-сказок, из которых всего одна киносказка «Маринка, Янка и тайны королевского замка. Пастух Янка» снята по белорусских народным сказкам с показом традиционного образа жизни белорусов. Дизайн сказочного костюма в сказочном кинематографическом произведении отражает способ восприятия Мира народом в текущее время. Когда мы утрачиваем связь между пространственной памятью предков и современников, опираясь на устои чужих народов, мы теряем свою самобытность. В связи с этим крайне важно изучение дизайнерами предметов на стыке времен.

В период 2010–2013 гг. на кафедре промышленного дизайна и эргономики ЮРГТУ (НПИ) в учебный план подготовки студентов по направлению «дизайн» входили таковые предметы [8]. Введение их в образовательную деятельность привело к развитию памяти, образного мышления и мыслительных процессов студентов на всех этапах дизайн-проектирования.

Исследование традиционной сказки каждого народа приведет к созданию и развитию самобытного дизайна в пространстве каждой народности, подобно развитию народных промыслов до эпохи промышленных революций. Таковая самобытность ярко представлена в сфере народного костюма. Знание же сказочных основ позволит развиваться дизайну и в сфере дизайна костюма, и во всех направлениях дизайна как искусствоведческого, так и инженерного характера.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Vorobyeva T. Y.* Color Scheme «Salome» in art, design and fashion // Colour and Colorimetry. Multidisciplinary Contributions [VII Conferenza del Colore, Roma, 15-16 Sept. 2011]. Vol. VII B. P. 196–200.
2. Vogue editors. Vogue : Fantasy and Fashion. New York: Abrams Books, October 20, 2020.
3. *Do Rozario R-A. C.* Fashion in the Fairy Tale Tradition. London : Palgrave Macmillan, 2018.
4. Выставка «Сон в летнюю ночь» в Государственном музее-заповеднике «Царское Село». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://tzar.ru/objects/temporary_exhibitions/1543486807. Дата доступа: 25.01.2021.
5. Выставка «Русская сказка. От Васнецова до сих пор» в Государственной третьяковской галерее. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.tretyakovgallery.ru/exhibitions/russkaya-skazka-ot-vasnetsova-do-sikh-por/. Дата доступа: 27.01.2021.
6. Выставка «Без сказки нет детства» в АО ТПО Центральной киностудии детских и юношеских фильмов имени М. Горького. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://gorkyfilm.ru/exhibition/. Дата доступа: 27.01.2021.
7. Выставка костюмов к фильму «Конек-горбунок» на киностудии «Ленфильм». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.lenfilm.ru/news/2021/02/Na_Lenfilme_otkryilas_vyistavka_kostyumov_k_filmu_Konek-Gorbunok/. Дата доступа: 07.03.2021.
8. *Воробьева Т. Ю.* Стратегия подготовки дизайнеров будущего: опыт кафедры промышленного дизайна и эргономики ЮРГТУ (НПИ) // Культурные и научно-образовательные стратегии по реализации национальных проектов – 2030: материалы II Международной научно-практической конференции (Краснодар, 12–13 ноября 2020 г.). Краснодар : КГИК, 2020. С. 64–70.

ОСОБЕННОСТИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ЗНАКА В СОВРЕМЕННОМ ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

FEATURES OF THE VISUAL SIGN IN CONTEMPORARY GRAPHIC DESIGN

В. С. Жаркевич, Ю. И. Грицкевич
V. Zharkevich, Y. Gritskevich

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
transdesign@mail.ru,yuliyagritskevich@gmail.com

Статья посвящена изучению проблемы изобразительного знака в современном графическом дизайне. В статье анализируются теоретические основы и методологические особенности знака в графическом дизайне. Тема является актуальной в мире дизайн-проектирования изобразительного знака, может стать теоретической и практической базой для дальнейшего исследования понятия «изобразительного знака», а также для реальной оценки его современного состояния и путей развития в будущем.

Ключевые слова: коммуникативный дизайн; изобразительный знак; графический дизайн; товарный знак; чувственно воспринимаемый предмет; иконические знаки; знаки-индексы; знак-символ; стили; методы и средства проектирования графического знака.

The article is devoted to the study of the problem of the pictorial sign in modern graphic design. The article analyzes the theoretical foundations and methodological features of the sign in graphic design. The topic is relevant in the world of visual sign design, it can become a theoretical and practical basis for further research of the concept of “visual sign”, as well as for a real assessment of its current state and ways of development in the future.

Keywords: communicative design; pictorial sign; graphic design; trademark; sensually perceived object; iconic signs; index signs; sign-symbol; styles; methods and means of designing a graphic sign.

Во всех сферах деятельности – экономике, общественной жизни, торговле, культуре прочно вошло понятие «товарный знак», определяющее отличительный символ товара, фирмы, производства. Товарный

знак представляет собой «охраняемое право собственности» [1, с. 15]. Товарный знак, марку, эмблему относят к наиболее важным видам рекламной символики. Бренд, или иногда брэнд (англ. *brand* [brænd] – клеймо) – комплекс представлений, ассоциаций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя. Физическими составляющими (носителями) бренда является весь комплекс элементов фирменного стиля: название бренда (слово, словосочетание), логотип (товарный знак) с принципами его построения, палитра фирменных цветов, поддерживающая фирменный стиль, «оригинальная графика, набор фраз, звуки, торговая марка и прочее» [2, с. 20]. Человеческий разум обрабатывает картинки быстрее, чем слова, потому что он «читает» их как единое целое, а не как последовательность. Знак может трансформировать образ из реальности, создавать альтернативы рекламируемых объектов и предоставлять различные формы идентификации компаний, продуктов и услуг. Клиенты формируют мнение о компании за доли секунды, и товарный знак – это способ донести до потенциальных клиентов, что бизнес заслуживает доверие и обеспечивает качественные товары или лучший уровень обслуживания. Таким образом знак является ключевой основой бренда.

Понятие графического знака и его виды

Знак – это материальный, чувственно воспринимаемый предмет (явление, действие, признак), выступающий в коммуникативном и трансляционном процессе в качестве представителя (заместителя, репрезентанта) другого предмета, свойства или отношения и используемый для получения, хранения, преобразования и передачи информации. Предмет, заместителем которого выступает знак, называется его денотатом (знак является именем этого объекта – стол, стул, здание, книга). Денотатом слова «жанр» в изобразительном искусстве являются: портрет, пейзаж, натюрморт, интерьер и т.п. Связываются денотаты со своими знаковыми формами с помощью устойчивых ассоциаций (мы хорошо представляем себе, например, облако, книгу, состояние сна и т. д.), произнося их соответствующие знаки. Эта ассоциация, связывающая форму и денотат, есть не что иное, как значение знака – отражения денотата в виде множества содержательных признаков, связывающее его с формой знака. Означающее (план выражения) – означаемое (план содержания). Каждый знак имеет материальную сторону – это его означающее (лат. *signans*), или план выражения, и идеальную (информационную) сторону – это

значение знака, или содержание, в терминах семиотики – означаемое (лат. *signatum*), или план содержания. Материальный носитель называется означающим, а то, что он представляет, – означаемым знака. Синоним «означающего» являются термины «форма» и «план выражения», а в качестве синонимов «означаемого» используются также термины «содержание», «план содержания», «значение» и иногда «смысл». Существует множество классификаций знаков. Общепризнанной и наиболее полной до сих пор считается классификация, данная основателем семиотики *Чарльзом Пирсом* еще во второй половине 19 века. Основание его классификации – взаимоотношение знака и его объекта. Это отношение (синонимично используются также термины: форма и денотат, знак и предмет, знак и референт, означающее и означаемое и пр.) служит основой для выделения трех базовых в семиотике типов знаков.

Иконические знаки. В знаках-иконах (*eikon* (др. греч.), *icon* (англ.) – образ, подобие) форма как бы дублирует содержание. Такой знак не нуждается в переводе, потому что он похож на свой объект. Например, рисунок какого-то животного подобен самому животному, «человек на фотографии похож на реального человека» [5, с. 25]. Свойство иконических знаков облегчать передачу и восприятие информации используется в компьютерной практике: изобразительные значки-иконки в меню, «смайлики» и т.п. [10, с. 32]. Хотя иконический знак стремится полностью отразить объект, его форма сохраняет высокую степень изоморфизма с отображаемым объектом, но не является его полной копией.

Здесь мы столкнулись с понятием «абстракция». Абстракция – это процесс, который включает в себя рассмотрение некоторых признаков или свойств в объекте, а также комплексов признаков в аналогичных объектах. Набор освоенных признаков будет представлять собой абстракцию этого объекта.

Знаки-индексы – это такие знаки, у которых связь означающего и означаемого мотивирована их естественной смежностью (соприкосновением или пересечением, вовлечением в одну ситуацию). Знак-индекс несет информацию о тех явлениях, которым оно постоянно сопутствует и частью которого они являются. Примером таких знаков может служить чайка как знак моря (сопутствие), дым как знак огня (следствие) [5, с. 28].

Индекс противоположен иконическому знаку. Его структура не похожа на переданное ему семантическое содержание. Эти отношения строятся внешним искусственным образом. Он не должен вызывать

предметных ассоциаций. Поскольку индекс несет смысловое содержание, которое по своей природе не связано с его собственной графической структурой.

Знак-символ характеризуется полным несовпадением графической структуры и смыслового содержания. Знак-символ не мотивирован. Связь между означающим и означаемым в знаке-символе отсутствует. Изображение и изображаемое в знаке-символе составляют целостность. Содержание символа может быть свернуто до одного небольшого элемента, но при этом его содержание – необъятно. Примером символа может быть государственный флаг: означаемое – целая страна. В современном графическом дизайне символами являются логотипы, которые не связаны с продукцией фирмы (например, яблоко фирмы *Apple*), а также бренд-персонажи (собирательный образ бренда, например, лисенок Несквик). Связи между компьютерами и яблоком, между какао и лисенком нет, пока зритель ее не запомнит [2, с. 31]. Товарный знак является центральным элементом фирменного стиля. Основные функции товарного знака следующие: облегчать восприятие различий или создавать различия; давать товарам имена; облегчать опознание товара; указывать на происхождение товара; стимулировать желание купить. Выделяют пять основных типов товарных знаков: Словесный товарный знак. Он может быть зарегистрирован как в стандартном написании, так и в оригинальном графическом исполнении(логотип). Примерно 80 % всех регистрируемых товарных знаков относятся к этому типу. Изобразительный товарный знак представляет собой оригинальный рисунок, эмблему фирмы. Объемный- зарегистрированный в трехмерном измерении знак, например, специфической формы бутылка *«Coca-Cola»*. Звуковой товарный знак, который в недавнем прошлом был характерен для радиостанций и телекомпаний. Комбинированные товарные знаки представляют собой сочетание приведенных выше видов товарных знаков, например, комбинация логотипа и объемной скульптурной группы «Рабочий и колхозница» *В. Мухиной* [4, с. 43].

Эволюция товарного знака

История развития товарного знака, это путь от метки, говорящей о собственности на товар, до мощного маркетингового инструмента, определяющего судьбу товара на рынке. За несколько тысячелетий до нашей эры люди в Ассирии, Египте, Персии и Шумере создавали керамику, которая содержала эстетические, культурные, социально-политические

и религиозные послания. Простота формы и обширная образность древних изображений во многом соответствовали современным требованиям к создаваемым товарным знакам, что подтверждает их долговечную художественную ценность (Прил. 9, рис. 1).

В эпоху палеолита многие знаки имели религиозное и магическое смысловое содержание и обычно представляли собой ритуалы, связанные с сельским хозяйством, охотой. Изначально это были знаки-символы луков и стрел, линий воды, ударов дождя, зигзагообразных молний и змей (Прил. 9, рис. 2). Письменность в ранний исторический период включала изображения животных и растений. Постепенно эти изображения упрощаются до абстрактных символов, соответствующими одному слову, затем слогам и, наконец, одному звуку [5, с. 43]. Даже в этих разделах истории люди изображали себя и свои мысли через символы. Нигде это не было так очевидно, как в Древнем Египте, начиная примерно с 4-го тысячелетия до нашей эры. Помимо разработки иероглифов (Прил. 9, рис. 3), официальной системы знаков, в которой изображения отражали слова или звуки. Картины и скульптуры включали символические изображения и цвета, которые имели определенные значения (Прил. 9, рис. 4). Все знаки являются прообразами иконических знаков. Дизайнер *Пол Рэнд* в своей книге использует египетские иероглифы в качестве примера вечных логотипов. Древние египтяне использовали сетчатую систему при создании рельефов, как это делают многие дизайнеры логотипов в наши дни (Прил. 9, рис. 5).

В тот же период корни каллиграфии в форме букв развивались в Китае. Здесь каждое слово или мысль имели свой собственный символ, и эта основа позже повлияла на языки, которые были менее визуальными (например, английский). Зарождается и присущее человеку стремление изобретать различные отличительные символы для своего клана. [4, с. 34]. На Руси в X–XIII веках «знаки Рюриковичей» – похожие на трезубец (Прил. 9, рис.6). Римские легионы образовывали вексиллы (откуда название науки о флагах – вексиллология) – знамя легиона, сигна – отличительный знак легиона и когорты, как правило, в виде животного (орла, вепря, льва, минотавра, коня, волчицы и т. д.), который несли впереди войска на длинном древке [9, с. 52]. Скачком вперед во времени и взглядом на средневековую Европу мы видим появление двух визуальных языков: геральдических гербов и символических вывесок (Прил. 9, рис. 7). Товарные знаки стали обычным явлением в Средние века, когда появились первые гильдии ремесленников и торговцев. Первый законодательный

акт о товарных знаках был принят в 1266 году в Англии. Согласно этому закону, каждый пекарь обязан оставить на хлебе отметку. Как правило, знак содержит символическое (стилизованное) изображение, представляющее вид деятельности (Прил. 9, рис. 8) [9, с. 21].

С исчезновением правил Гильдии знаки заменились в 18 веке на более современные типы. *Йоханнес Гутенберг* в 1440 году изобрел печатный станок, что привело к тому, что производство печатной продукции стало более распространенным явлением. Примерно в середине XVII-го века мы увидели первую печатную газету регулярным тиражом (Прил. 9, рис. 9). В США в 1840-м году появилась хромолитография, впервые появилась печать в цвете, и красочные печатные этикетки, рекламные объявления и плакаты. По мере того, как компании создавались и росли, развивался и брендинг. XIX век был полон иконических образов мифических существ – химер, грифонов, единорогов. Символизм был обусловлен прежде всего тем, что «дизайнеры» того времени вдохновлялись геральдикой. Эстетика века известна многообразием декора и символизмом.

Одним из первых негеральдических товарных знаков является логотип компании *Gramophone* (Прил. 9, рис. 10). *Фрэнк Мейсон Робинсон* разработал логотип Coca-Cola в 1885 году, и так началась современная эра дизайна товарного знака (Прил. 9, рис. 11) [5, с. 56]. В 1914 году товарные знаки вышли за рамки коммерческого рынка, когда Пьер де Кубертен разработал олимпийский флаг. В 1920-е годы быстрый рост промышленности способствовал развитию айдентики. Товарные знаки больше не выполняют функцию декоративных элементов, а становятся элементом коммуникации. Окончательное формирование современных знаковых форм произошло сразу после Второй мировой войны. Рынку было нужно много «быстрого и недорогого» дизайна. Изобразительный знак в работах дизайнеров перестает доминировать. Ему на смену приходят шрифтовые композиции и знаки-индексы. Одним из направлений, отображающих эти изменения, явился интернациональный типографический стиль, известный как швейцарская школа типографики 1950-60-х гг. Ее отличительными признаками стали минимализм художественных средств, сетка, использование гротескных шрифтов, в первую очередь *Helvetica*, и глубокий символизм [9, с. 25]. В 1956 году Пол Рэнд разработал знаковый пиктографический логотип *IBM*, на котором были изображены человеческий глаз и пчела. Большинство историков логотипа считают это поворотным моментом в истории дизайна логотипа

(Прил. 9, рис. 12). 1950-е годы ознаменовали смену парадигмы в отношении логотипов. Когда компании поняли, насколько эффективными могут быть символы, люди начали не просто создавать удобные товарные знаки для целей идентификации, а стали серьезно задумываться о преднамеренном брендинге для своего бизнеса.

На сегодняшний день выделяет 3 направления в дизайне товарных знаков: дизайн «старой школы»; дизайн 2.0; плоский дизайн [6, с. 3]. Стилистические особенности товарных знаков старой школы: двухмерность, без сложных визуальных эффектов, с использованием монохрома или ограниченного числа цветовых сочетаний.

1977 год был успешным для дизайна товарных знаков, когда *Милтон Глейзер* разработал классическую пиктограмму *«I heart NY»* для маркетинговой кампании Министерства торговли штата Нью-Йорк (Прил. 9, рис. 13). В 1970-х годах появилась компьютерная графика (*CGI*). В 1990-х годах мы стали свидетелями распространения ПК. А в начале 2000-х *Adobe* разработала *InDesign* и *Photoshop*, которые сделали сложные инструменты графического дизайна массовыми. В 1980-х *MTV* взял простой логотип и всегда менял его. Именно эта динамика определила бренд. В то время как логотип анимировался, становился больше, уменьшался и менялся другими способами (Прил. 9, рис. 14).

В первые годы существования интернета дизайнеры пытались помочь людям привыкнуть к новым технологиям, делая вещи на экране похожими на вещи из реального мира. Этот стиль известен как скевоморфизм. Он проявляется в градиентах, тенях и текстурах дерева и металла, которые должны придавать глубину. В начале 2000-х годов произошли небольшие изменения с появлением *Web 2.0.* Особенностью стиля «web2.0» является замена чистого, читаемого, плоского, двумерного логотипа, в котором только один или несколько локальных цветов, трехмерным, красочным, наполненным различными графическими эффектами, такими как тени, цветовые переходы, плавность, прозрачность. В то время как мир привык к цифровым технологиям, больше не было необходимости имитировать трехмерное пространство в двумерном мире. Так возник плоский дизайн. Минимализм и плоский дизайн на первый взгляд кажутся обратным шагом в дизайне. Элементы этого стиля отказались от стилистических особенностей, таких как тени, текстуры и градиенты, из-за которых текст и другая графика выделяются с экрана или печатной страницы. Но то, чего действительно добиваются минимализм и плоский дизайн, – это более четкое, чистое и современное чувство

и минимальное отвлечение от того, что должно быть сообщено. *Google* регулярно обновляет свой логотип [9, с. 23]. 2010-е годы показали, что брендам нужны адаптивные логотипы. Даже крупные бренды понимают, что им нужно регулярно обновлять свои логотипы, чтобы оставаться в тренде. Это не означает полного пересмотра, а скорее внесение сдержанных стилистических изменений в товарный знак.

Методы и средства проетирования графического знака

Для того чтобы изображение соответствовало знаковой концепции, его организационная структура должна строго соответствовать четырем основным требованиям: автономность, различимость, запоминаемость, визуальная активность. С точки зрения дизайна автономнстью можно назвать полную независимость от внешней среды и различных внешних факторов, что означает ограниченную внутреннююкомпозицию, замкнутую графическую структуру [13, с. 65]. Запоминаемость достигается благодаря обобщённости, чёткости и ясности структуры компонентов, что означает порядок, полноту и оптимальную сложность компонентов [1, с. 27]. Согласно исследованию, цвет помогает быстрее распознавать то, что мы видим. Стоит отметить, что цвет повысил узнаваемость бренда на 80 %. Можно выделить две основные стилистические разновидности знака: полудекоративную и декоративную [13, с. 74]. Примером полудекоративной стилистической разновидности может служить знак строительной компании «Артстрой». Пластика зданий и окон предельно обобщена и геометризована, что не мешает воспринимать их как реальные архитектурные объекты. Используемые при этом формы, приемы и средства обобщения могут быть названы конкретно-предметными, а соответствующий путь художественного обобщения – изобразительным. При изобразительном методе процесс художественного преобразования реального объекта складывается из следующих этапов:

1. простое отражение (художественный образ носит характер имитации, фотографического воспроизведения зрительных впечатлений);
2. дифференциация главных и второстепенных опознавательных признаков объекта;
3. упразднение или отбрасывание второстепенных признаков;
4. дифференциация главных и отбор необходимых опознавательных признаков.

Образы являются пластическими образованиями, отталкивающимися от реальных элементов, связанных смысловым отношением [8, с. 89].

Существует три основных способа создания знаков.

Метод ассоциации

Источником ассоциации являются события, любое природное явление, а также реальные объекты вокруг нас. Примером может служить эмоциональное визуальное восприятие линий: горизонтальная линия – спокойствие, тишина; вертикальная – опосредованное стремление вверх, рост, торжественность.

Комбинаторный метод

Комбинаторика – метод формообразования в дизайне, базирующийся на применении закономерностей разновариантного изменения пространственных конструктивных, функциональных и графических структур объекта, а также на способах проектирования объектов дизайна из типизированных элементов [8, с. 144]. В большинстве случаев процесс стилизации предполагает постепенное преобразование (трансформацию) объектов окружающей действительности. Одним из наиболее активных средств стилизации является деформация – нарушение пропорциональных соотношений, анатомического строения и т.д.

Гиперболизация

Гиперболизация (от лат. *hyperbole* – преувеличение) – средство, при котором художественная образность достигается путем намеренного преувеличения. Успешная работа по дизайну знака требует глубокого понимания такого инструмента, как пластика. Пластика – это качество формы, характеризующее зрительную связность, переходы от одной формы к другой.

Существует три различных типа пластики: геометрическая, скульптурная, структурная.

Геометризм всегда связан со строгостью и точностью. Однако это не гарантирует гармонии в композиции, необходимой для достижения необходимой степени художественной и образной выразительности. Работа с геометрической пластикой является самой сложной.

Термин *«скульптурная»*, очевидно, является признаком непрерывности силы, единства, сплоченности, непрерывности. Когда один элемент плавно переходит в другой элемент. Поверхности находятся в непрерывном состоянии визуальной текучести.

Структурная пластика – это своего рода смешанная пластика, то есть гармоничное сочетание геометрической и скульптурной пластики, одна из которых доминирует. При этом следует подчеркнуть, что сте-

пень сложности и богатство индивидуальных характеристик основных элементов пространственно-развитого объекта могут определяться не только их принадлежностью к тому или иному виду пластики (геометрической, скульптурной или структурной), но и характером их внутрисистемных отношений (качественных и количественных), а также наличием дополнительных элементов, выполняющих роль «конструктивных связующих между основными элементами» [11, с. 336].

Исходя из сказанного, можно сделать заключение, что для создания красивого и правильного графического знака необходимо придерживаться общих принципов проектирования и факторов, связанных с конкретным продуктом или брендом. Товарный знак определяется как символ специального назначения и заданного содержания, спроектированный дизайнером. Он в самой сжатой, лаконичной форме несет информацию о товаре, предприятии или фирме.

Методы дизайна будут развиваться, то, что мы воспринимаем как товарный знак, тоже может радикально измениться, но самой важной целью товарного знака всегда останется – идентификация человека, продукта, бизнеса или услуги, для которых он разрабатывается. Дизайнерам необходимо сосредоточиться на разработке простого в визуальном плане знака для всех типов устройств (ПК, планшет, мобильный телефон). Он также должен привлекать внимание, легко наноситься на любой материал, из которого изготовлен товар, быть понятным и при перенесении его на этикетку, упаковку, ярлык, бланк предприятия или фирмы. Должен легко узнаваться при изготовлении всеми способами (печатью, чеканкой, изображением в рельефе и т. д). Знак также должен быть предельно ясным по форме и композиции, лаконичным по содержанию и цельным по восприятию. Чтобы знак стал узнаваем, нужно уметь увидеть главное и передать его предельно лаконично (только основа). Каждый элемент, каждая деталь должны быть подчинены единому замыслу. Инвестирование в дизайн товарного знака – это финансовая победа, поскольку преимущества включают не только лучшую окупаемость инвестиций, но более низкие расходы и удержание клиентов. Товарный знак позволяет сохранить лояльность покупателя к продукту или бренду. Можно опережать конкурентов и наслаждаться лояльностью клиентов.

Представленная в статье информация поможет в процессе создания изобразительных товарных знаков, сделает этот процесс последовательным и целенаправленными.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Васильев, И.* Практика создания товарных знаков. Новосибирск ; М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013.
2. *Векман К. Д.* Товарные знаки : создание, психология, восприятие. М. : Прогресс, 1986.
3. *Габриелян Т. О.* Концептуальная модель визуальной идентификации бренда в графическом дизайне. Симферополь : ООО «Антиква», 2018.
4. *Добробабенко Н. С.* Фирменный стиль : принципы разработки М : Инфра-М., 2003.
5. *Елина Е. А.* Семиотика рекламы : учебное пособие. М. : Дашков и Ко, 2009.
6. *Куприна Ю. П.* Дизайн логотипа и его особенностии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-logotipa-i-ego-osobennosti – Дата доступа: 17.11.2021.
7. *Пирс Ч. С.* Логические основания теории знаков; пер. с англ. В. В. Кирющенко и М. В. Колопотина. СПб: Лаб. метафиз. исслед. при филос. фак. СПбГУ : Алетейя, 2000.
8. *Серов С. И.* Графика современного знака. М. : Линия График, 2005.
9. *Снарский О. В.* Реклама вокруг нас. Киев: Реклама, 1983.
10. *Таланцева О. Ф.* Электронный учебно-методический комплекс по дисциплине семиотика материально-художественной культуры для студентов специальности 1-19 01 01-04 «Дизайн (коммуникативный)» 2015.
11. *Чернышев О. В.* Композиция. Творческий практикум : учеб. пособие. 2-е изд. Мн. : Беларусь, 2013.
12. *Эвами М.* Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки ; пер. с англ. Санкт-Петербург [и др.] : Питер Пресс, 2009. 13. Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль : руководство дизайнера. Санкт-Петербург [и др.] : Питер; Мир книг, 2013.

ЭЛЕМЕНТЫ ТРАДИЦИОННОГО БЕЛОРУССКОГО НАРОДНОГО КОСТЮМА В КОНТЕКТЕ СОВРМЕННЫХ СОЦИО-КУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ

ELEMENTS OF TRADITIONAL BELARUSIAN FOLK COSTUME IN THE CONTEXT OF MODERN SOCIO-CULTURAL PROCESSES

О. А. Коврик
O. Kovrik

БГПУ имени М. Танка
Минск, Республика Беларусь
BSPU named after M. Tank
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: okovrik@list.ru

В сообщении говорится об эволюционных изменениях белорусского костюма на протяжении XX века и о включении элементов традиционного белорусского костюма в социо-культурное пространство современной Беларуси.

Ключевые слова: традиционный костюм; белорусский народный костюм; современный белорусский костюм; одежда; белорусская традиционная культура.

The report talks about the evolutionary changes in the Belarusian costume during the 20th century and the inclusion of elements of the traditional Belarusian costume in the socio-cultural space of modern Belarus.

Keywords: traditional costume; Belarusian folk costume; modern Belarusian costume; clothes; belarusian traditional culture.

Одной из основных задач традиционного народного костюма является социальная идентификация его носителя или носительницы как члена некоего сообщества, человеческого коллектива. Костюм многое сообщает о своем носителе заинтересованному глазу: откуда он (с каких территорий), кто он (какого рода, чей сын или дочь), сколько ему лет, чем он занимается (каково его занятие), какую роль он выполняет в обществе (семейный статус), какого он сословия, житель города или села? Традиционный костюм наглядно и без слов в предметно-символической и в образно-метафорической форме предоставлял окружающим

полную информацию о его владельце благодаря фасону, манере носки, цветовому строю, текстуре ткани, характеру и составу текстиля, форме и содержанию орнаментики, создавая, в целом, полный и законченный образ и в то же время – наглядно-визуальный коммуникационный контент. Он представлял его вниманию окружающих в целях обеспечения адекватного взаимодействия человека с окружающими людьми и достижения поставленных целей, в соответствии с его устойчивой социальной ролью и имущественным положением.

Ведь помимо биологически-адаптивной функции, направленной на «примирение» слабого человеческого существа с природой и приспособление к окружающей среде и природно-климатическим условиям жизни, костюм выполняет также и функцию социально-репрезентативную, направленную на обеспечение социальных связей и организацию плодотворного взаимодействия людей внутри человеческого коллектива. А основная ценность тесно связанного с природой, исповедующего языческие ценности мира наших предков – это изобилие и разнообразие ресурсов. Кто обладает большим их количеством, особенно материальных, тот и выше, сильнее, влиятельнее; и респектабельность его, то есть расчет на признание и уважение соплеменников, тем основательнее. У одежды, как известно, есть две стороны: прилегающая непосредственно к телу (мы называем ее изнаночной и прячем на ней мелкие изъяны ткани и хвостики от шитья) и смотрящая, наружу, повернутая к миру, «лицевая», или парадная. В традиционном костюме последняя наиболее декоративно насыщена и тщательно структурирована орнаментом. Она обращена «к миру» и содержит максимум данных о своем носителе. Вся информация, представленная таким образом через «одежный код», считывалась зрителями мгновенно без слов и тут же применялась в соответствии с коммуникационными задачами участников взаимодействия.

Универсальный характер состава костюма, его накладных элементов: кашули как его универсальной основы, портов/андарака (он же – спадница, сукня, панева), фартуха (для половозрелых женщин), пояса, онуч, головного убора, – а также материалы, пошедшие на его изготовление (лен, шерсть, сукно домашнего изготовления или выделки), единый тип орнамента (ромбовидный геометрический или растительный), а также единый характер его расположения на одежде (по краям, у ворота на шее и на груди, на плечах, у запястий) выделяли «своего», четко противопоставляя его «чужим». В то же время в костюме тонко нюансировались внутриродовые и/или региональные различия, что в случае с единым

балто-славянским этническим субстрактом не имело принципиального значения по отношению к костюму иноверцев, людей пришлых, например, татар или иудеев.

Процессы социально-сословной трансформации и реинтеграции происходят, как известно, постоянно и непосредственно отражаются в одежде, а в XX веке они отличались немыслимой ранее скоростью и интенсивностью. Это прежде всего характерные для минувшего столетия урбанизация, разрыв устойчивых социальных связей и крушение традиционной сословной иерархии – в его первой половине, а затем ближе к концу – глобализация. Они внесли свои коррективы и в белорусский народный костюм. Укорачивание женских юбок, появление набивных мануфактурных тканей, яркие головные платки вместо наметок, высокие сапоги и шнурованные короткие ботики на каблучках вместо традиционных онучей, гарсэты и жакеты в талию и т. д… А дальше – торжество мини, короткие рукава или их отсутствие, непокрытые волосы, брюки в женском гардеробе, обтягивающая одежда как «вторая кожа» и т. д. Торжество обнажения и сексуализация тела посредством одежды сменились гендерной унификацией. Унисекс, худи, джинсы, кроссы, бейсболки, полностью скрывающие лица капюшоны, универсальные стрижки, татуаж на самых неожиданных частях тела, экзотические пирсинги, порезы, накладки, цветные линзы, и вот уже гендерная принадлежность носителя такого костюма, его возраст, занятия, статус оказываются совершенно неразличимыми, неопределяемыми. Более того, длинные пышные волосы, яркий маникюр, крупные броские украшения, одежда в обтяжку становятся атрибутикой мужской части населения земли. Свойственная традиционному костюму четкость обозначения социальных маркеров, связанных, в первую очередь, с мифопоэтическими универсалиями союза мужского и женского начал как основы мира и залог его порядка, уходит, растворяясь в зыбучей, как движущийся песок, социо-культурной и гендерной неопределяемости его носителя. Такое социально-неопределенное «я» напоминает нам о «винтиках и колесиках» громадного механизма как отражении тоталитарного подхода к человеку, об отсутствии его значимости, потере уникальности. Люди – как муравьи, становятся одинаково-безличными, унифицированными социальными единицами. Нам хорошо известен этот принцип по литературной антиутопии XX века. С другой стороны, складывается впечатление, как будто социальный аспект жизни становится совершенно не важен людям, как будто бы не им, не этой своей стороной современный человек хочет быть представлен другим людям. Чем же тогда?

Обратной стороной процесса глобализации является, как известно, не менее интенсивный процесс культурной диверсификации, когда в рамках единого общего мирового культурного пространства и общего «одежного кода» проступают довольно отчетливо сформированные этнические, политические, религиозные, культурные, индивидуально-личностно оформленные предпочтения в одежде. Современный человек не всегда, но именно там, где и когда конкретно он хочет, рассказывает нам что-то очень личное о себе. И в своем костюме стремится подчеркнуть уникальность собственной личности, представить персональный код своей личной идентификации. Или же надежно скрыть его, сделать неразличимым для окружающих, намеренно утаить, сменить на несвойственный, присвоить и сделать своим хотя бы на время. Костюм и одежда становятся поводом к социальной игре, предлагая нам оценить богатство возможностей в переменах субличностей владельца.

Современный костюм игнорирует не только пол, но и возраст, а имущественный статус его носителя или подчеркивает самым вызывающим образом, нарочито выпячивает, откровенно демонстрирует, или игнорирует. Так проявляется третья функция костюма – быть средством и способом персональной саморепрезентации в зависимости от конкретной текущей ситуации. Современный костюм – это прежде всего, отражение переменчивых личных вкусов, настроения, а не только привычек, образа жизни и предпочтений его носителя. Он становится окказиональным (ситуационным), меняется в течение дня в зависимости от конкретного занятия, которому предается его носитель и может либо много чего либо вовсе ничего не сообщать нам об устойчивых характеристиках его владельца, точнее, носителя или пользователя. Ведь одежду принято часто менять, сдавать во «вторые руки», обменивать, регулярно обновлять, выбрасывая старую. Или намеренно не менять ее ассортимент, транслируя тем самым окружающим стабильность и устойчивость (вспомним о знаменитых серых футболках *С. Джобса*).

В традиционном костюме выделяются всего два варианта: парадный, ритуально-праздничный (на свадьбу и похороны один и тот же, из свадебного сундука с приданым) и повседневный, мало меняющийся даже от смены сезонов. В современном костюме не только городского, но и сельского жителя костюм может меняться до нескольких раз в день (в первую очередь, речь идет о его женском варианте, связанном с большей социальной мобильностью современной женщины) в зависимости от ее занятий. Сегодня допустимо и принято переодеваться несколько

раз в день, быть в одежде адекватной конкретной ситуации. Так, офисная черно/сине/белая «униформа» сменяется спортивной, если дама отправляется в тренажерный/гимнастический зал или бассейн, а потом меняется на вечерний костюм, если впереди – поход в концерт или театр. Отдых на природе требует особенной одежды, как и работа на земле, как и занятие домашней работой. Более активная смена и многообразие социальных ролей, свойственная сегодня человеку, активный ритм его жизни требуют регулярной смены образа посредством костюма. Или же полностью игнорируют таковую, демонстрируя презрение к авторитетам и безликим общеупотребительным нормам. Последнее свойственно подросткам, юношеству и старикам.

Современный костюм выделяет скорее изменчивые личностные предпочтения его владельца, нежели устойчивые социальные позиции, ведь наши роли меняются, и мы начинаем «играть» одеждой, примеряя на себя не только и не столько реальные жизненные роли, но и вымышленные, фантазийные, привлекающие как раз своим несовпадением с действительностью. С помощью одежды можно не только встроиться в окружающую реальность, но и выпасть из нее. Зачастую это делается намеренно, и лидеры здесь опять же – молодежь и подростки, ищущие свою идентичность. Сегодня концепция личности – это не одна устойчивая единица, но скорее множество сменяющих друг друга личин-субличностей, которыми мы становимся в разных ситуациях. И это потихоньку становится нормой.

Совершенно поменялся и статус современной вещи. Культ новизны отменяет устойчивое качество дорого, красиво и надолго сработанного изделия, например, сшитого на заказ костюма или пальто, которые прежде передавались по наследству от отца к сыну, а подвенечное платье – от матери к дочери. Сегодня срок жизни вещи, с одной стороны, стремительно укорачивается, а с другой стороны, популярность модного «винтажа», процветающий рынок «вторых рук» и одежды из рециклированных тканей является отражением очень модного эко-тренда и одним из наиболее популярных направлений современного фэшн-дизайна.

Современный костюм полон парадоксов. Сегодня одежда может быть и суперценна, и не иметь вовсе никакой цены, или точнее, бросовую, номинальную. В ней есть «вечные» ценности и дешевые одноразовые вещи. В современной западной Европе микс из вещей от масс-маркета и брэндовых аксессуаров – показатель хорошего вкуса и стиля. Там сегодня не модно выглядеть богатым, это расценивается как проявление

дурного вкуса и плохого воспитания, поскольку идет вразрез с демократическими традициями и гуманистическими ценностями европейской культуры. С другой стороны, погоня за модными брэндами, стремление надеть на себя все сразу самые дорогие торговые марки мира, желательно, этикетками наружу, а также едва ли не полностью обновлять свой гардероб к началу каждого сезона – устойчивый тренд, особенно на постсоветском пространстве и в арабско-азиатском мире, где одежда по-прежнему остается одним из важнейших показателей социального благополучия для значительной части общества.

Современный белорусский костюм эклектичен. Это проявляется и в способе его сборного комплектования, и в составе элементов. В отличие от наших предков мало кто шьет сегодня одежду для себя; зачастую это делается лишь для особого случая как символически значимый единократный творческий «жест». Именно благодаря этому принципу эклектичности обеспечивается персональная мультиидентификация его носителя. И благодаря ему же сочетание джинсов или юбки-карандаш с вышиванкой или спортивной курткой сегодня уже никого не шокирует. Вышиванка вновь вошла в нашу жизнь относительно недавно в отличие от наших западных соседей, для которых национальная самоидентификация через костюмный код стала делом принципа уже несколько десятилетий тому назад в период распада многонациональной советской державы.

Появление на нашем рынке вышиванок, выполненных из самых разных тканей, в том числе из трикотажа, или ее имитации в изделиях от масс-маркета с принтованными или машинным способом вышитыми национальными орнаментами указывает на активизацию самоидентификационных процессов личности современного молодого белоруса. Ведь вышиванки сегодня очень часто – одежда молодых или людей среднего возраста, для которых ношение вышитой сорочки – скорее акт личной воли нежели следование традиции; последнее было характерно для людей старшего поколения, которые скорее стремились уйти от крестьянской одежды в мир городской культуры. Для них вышиванка была скорее досадным напоминанием о собственном селянском (низком, угнетенном, бесправном, ограниченном в ресурсах) происхождении, нежели поэтическим символом национального возрождения. Память о генетическом родстве вышиванки с народной культурой у старшего поколения связывается с неценностью, а у молодых, в меньшей степени знакомых с нею – поднимается на щит. Именно отношение к собственным истокам

пролагает межу между представителями разных поколений нашего современного общества.

В современной вышиванке мало что напоминает о ее традиционном происхождении. В ее женском варианте часто появляется нехарактерные для традиционного костюма глубокое декольте, укороченный рукав или полное его отсутствие, более плотное прилегание к телу, визуально подчеркивающее его сексуальную составляющую. Сама кашуля укорачивается, облегчается с точки зрения материала. Вместо плотного и тяжелого, «вечного» домотканого льна для ее изготовления сегодня используются и ситец, и хлопок, и сатин, и хлопково-смесовый трикотаж, и вискоза, и даже шелк. Что же напоминает нам в ней о традиционном костюме? Общая цветовая гамма и используемый для отделки тип орнамента, чаще всего, древнейший, ромбовидно-геометрический.

К сожалению, тенденция к политизации культурного кода делает свое черное дело. Традиционную символику красно-бело-черно/синего триколора, которая в мифо-поэтическом пространстве нашей традиционной культуры связывается с представлениями о единстве света и тьмы, добра и зла, жизни и смерти, любви и изобилия как основы мироздания [1], сегодня зачастую интерпретируют с точки зрения принадлежности к одному или другому политическому лагерю, что в целом, объяснимо, если бы не сопровождалось репрессивными мерами и запретами на ношение. Происхождение ромбовидного геометрического орнамента академик *Б. Рыбаков* связывал с глубокой первобытностью и проявлением охотничье-промысловой магии. Ведь оно, по его мнению, напоминало об узоре на среде кости убитого зверя: оленя, лося или даже мамонта [2; 3]. Но в ткачестве ромб – это еще и модификация круга, имеющего солярную знаково-символическую образность.

У наших предков, представителей земледельческой культуры, связанной с культом умирающих и воскресающих богов-растений ромбический орнамент с точкой внутри ассоциируется с засеянным полем, оплодотворенной матерью-природой, ожидающей урожая [4]. Он рассматривается как благопожелательный символ. Сегодня нашими специалистами в области семантики народной культуры разработаны целые таблицы символических значений, которыми наделяются различные вариации исходного ромбовидного знака, но все они объединены общим смыслом благопожелания изобилия, процветания и напоминают нам о глубокой взаимосвязи природы и человека, столь характерной для верований и жизни наших предков. Таким образом, сегодня как и всегда, человек, надевший выши-

ванку, окружен магической защитой природных сил, он находится под надежной охраной предков. К сожалению, далеко не все наши сограждане, надевшие сегодня вышиванку, осознают глубоко сакральное значение ее символов, не все понимают их суть и значение, а также ответственность за себя и за свою землю, которую это подразумевает. Тем не менее, безусловно радует тот факт, что людей, желающих узнать об этом и тем самым прикоснуться к глубинным истокам и древним традициями нашего народа становится сегодня все больше.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Миронова Л. Н.* Цветоведение. Минск : Вышэйшая школа, 1984.
2. *Рыбаков Б. А.* Космогония и мифология земледельцев энеолита // Советская археология. 1965. № 1. С. 24–47; № 2. С. 13–33.
3. *Рыбаков Б. А.* Происхождение и семантика ромбического орнамента // Музей народного искусства и художественных промыслов. М. : Изобразительное искусство, 1972. С. 36–54.
4. *Амброз А. К.* Раннеземледельческий культовый символ («ромб с крючками») // Советская археология. 1965. № 3. С. 14–27

СУПРЕМАТИЧЕСКИЙ КОНТЕНТ: ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ МАЛЕВИЧА

SUPREMATIST CONTENT: THE POSSIBILITIES OF MALEVICH'S FORMATION

Т. В. Котович
T. Katovich

Витебский государственный университет имени П. М. Машерова
Витебск, Республика Беларусь
Vitebsk State University named after P. M. Masherov
Vitebsk, Republic of Belarus
e-mail: t.kotovich@yandex.by

В статье рассматривается подходы к построению изобразительных систем УНОВИС. Программа, разработанная К. Малевичем основывалась на построении с помощью плоскостных форм, изучения цвета и его взаимодействия с геометрическими формами. В статье ананализируются визуализация теоретических работ К. Малевича «О новых системах

в искусстве» и «Супрематизм. 34 рисунка» и «О новых системах в искусстве. Статика и скорость. Установление А».

Ключевые слова: УНОВИС; методическая программа К. Малевича; супрематизм.

The article deals with the approaches to the construction of the visual systems of UNOVIS. The program developed by K. Malevich was based on the construction with the help of planar forms, the study of color and its interaction with geometric forms. This article analyzes the visualization of the theoretical works of K. Malevich "On the new systems in art" and "Suprematism. 34 drawings" and "On New Systems in Art. Statics and Speed. Establishing A.»

Keywords: UNOWIS; K. Malevich's methodological program; suprematism.

Принципы и подходы к формообразованию в современном искусстве первой трети XX в. стали одной из основных проблем в новой системе художественного преподавания в немецкой и русской школах: *Баухауз*, *ВХУТЕМАС* и витебского *УНОВИС*.

Эти три школы возникли одновременно, инспирированные задачами европейского художественного пространства первой четверти XX века. Немецкий, Витебский и Московский институты выполняли и художественные, и технические задачи.

Каждая из программ акцентировала: 1) выход в пространственную среду, 2) оккупацию этой среды искусством, 3) формирование принципиально нового мира, 4) практическое исследование возможностей формообразования и главное – 5) совокупность различных направлений в едином движении.

При всех различиях в этих программах (в Буахаузе – синтез искусств на основе архитектуры, во ВХУТЕМАСе – политехническое образование, в УНОВИСе – практическая и философско-научная экспедиция) все три учебных заведения в своих регламентах: 1) ориентировались на изменение ментальной матрицы в своих социумах, 2) стремились к решению новых (неакадемических) задач, на производственные задания в дизайне.

Мастерские во ВХУТЕМАС, в УНОВИС существовали открыто и автономно, каждая с собственной позицией и программой.

В Баухаузе мастерская преобразовалась в лабораторию, что было характерно для московских и особенно витебских мастерских. Главным отличием УНОВИСа являлись теоретическая и философская составля-

ющие в целой области исследований, и перспективой для дальнейшей деятельности УНОВИСа стал ГИНХУК как научный исследовательский институт проблем формообразования в искусстве, что определило разницу с ВХУТЕМАС как центром «производственного искусства». И тем не менее вопросы формообразования являлись основой для всех трех институтов:

- в Баухаузе практика и изучение законов возникновения и развития формы вводились на курсе пропедевтики и, по метафоре *В. Гропиуса*, были артерией Баухауза.
- во ВХУТЕМАСе *Н. Ладовский*, *Б. Королев*, *Л. Попова* и *А. Родченко* в рамках пропедевтического обучения вырабатывали принципы, методы и приемы формообразования для всего объема пространственных искусств.
- в УНОВИСе *К. Малевич* с *Э. Лисицким* совместно предложили собственную универсальную программу исследования художественной формы. Малевичская программа основывалась на построении изобразительной системы с помощью плоскостных форм, изучении цвета и его взаимодействии с геометрическими формами, на понимании законов динамического равновесия и напряжения.

Учебно-методическим пособиями на занятиях Малевича стали его труды: *«О новых системах в искусстве»* и *«Супрематизм. 34 рисунка»*.

Малевичский первый витебский труд – трактат *«О новых системах в искусстве. Статика и скорость. Установление А»* является блоком текстов и графических раскладок, представляющих собой основное первоначальное пособие для учащихся школы (Прил. 10, рис.1а, 1б).

Речёвка/эпиграф *«Я иду / У – эл – эль – ул – эл – те – ка/ Новый мой путь»* представляет собой код/шифр явленного и скрытого движения, концентрированных точек на линии движения, понятие нового и незнакомого, а также картирование этого нового понятия; шаги и утверждение; настойчивость и щелчки «ключей».

Эпиграф/стих *«Ниспровержение старого мира искусств да будет вычерчено на ваших ладонях»* станет главным лозунгом УНОВИСа вместе с помещенным на основных страницах трактата чёрным квадратом на белом фоне, который станет отличительным знаком/ нашивкой на рукавах.

Малевич характеризовал свою позицию и цель исследования как вопрос экономический, т. к. первоисточником всякого действия является

энергия тела. Так, вопрос сохранения энергии становится главным экономическим вопросом: «Экономия движения, защита своей энергии, быстрота перемещения неумолимо развиваются в нас – и мы выдвигаем новые обретения, удовлетворяющие их, для чего лишаем энергии предыдущие организмы» [1, с. 172].

Гипотеза исследования излагается следующим образом:

- «Так движется все творчество человека. И его творческая мысль давно убегает от путаных, может быть, красивых узорных сплетений и украшений к простому экономическому выражению энергийного действа, так что все сложения такого действа уже слагаются не из эстетического, а из экономического веления» [1, с. 155].
- Пункты программы преподавания в школе будут соответствовать исходным структурным разделам: кубизм, футуризм и супрематизм, рассматривающим все положения заявленного экономического действия.

Исходным параметром для Малевича явилось заявление, что ядром всякого произведения, будь то красивый пейзаж, прекрасные платья людей в картине и т. д., выступают: 1) движение и покой живописных масс; 2) градация форм; 3) симметрия; 4) согласованность противоречий; 5) создание контрастов; 6) «текучие силы живописно-цветовых энергий»; 7) целостность композиции.

То, что вскоре будет определено Малевичем как ощущение, здесь рассматривается как «единый творческий центр» в имманентном мире человека, в «его черепе». Этот самый центр руководит осмыслением мира с его деталями. Новое искусство и новый художник способны провести человека и мир сквозь предельное распыление прошлых форм – к образованию нового тела: «Кажется, что было бы вполне логичным и даже необходимым совершенствовать то великое классическое искусство, за фалды которого хотят многие удержаться и молятся, как грешники, чтобы достигнуть такого же царства небесного. – но этого не будет, ибо новые преодоления на живой дороге требуют иного совершенства» [1, с. 162].

Эти новые требования ставят задачей не иллюстрации и не зеркальные повторения видимого мира, а живописные, пластические, беспредметные и бессюжетные композиции. Отпадает смысл отображать предмет, появилась необходимость понять взаимодействие линий, объемов, плоскостей, фактур и цвета, т. е. вникнуть в самую суть тела, за его видимую оболочку.

Малевич характеризует эволюцию в искусстве как направление к «сложению знаков вместо повторения природы» и определяет этапы этой эволюции:

Сезаннизм

Сезаннизм: геометризация – указание на разновидности ее: конус, куб, шар как минималистские выражения предмета: «Сезанн положил значительные выпуклые основы кубистического направления».

А) *П. Сезанн* строит произведение на смешении цветовых лучей, которые образовали слоистость его живописи, шероховатость фактуры и ощутимая тяжесть поверзности;

Б) В сезаннизм е происходит выход к чистой живописи, к контрасту форм: «все прямые горизонтальные идут почти к центру вертикальной линии или живописной плоскости <…>, все мятые кривые группируются в контрасте с плоскостью или объемом и сам объем контрастен плоскости» [1, с. 165]. Именно в этом К. Малевич подчеркивает суть, которую возьмут кубисты из сезаннизма.

Кубизм:

Кубизм: схема контрастов.

А) Однако сначала кубисты пошли иным путем: предмет оставался в их картине, но это была трактовка предмета со всех сторон: «перед кубистами возникла огромная академическая задача достигнуть полной передачи вещи; упрекая старый академизм, они сказали, что мало изобразить вещи только с трех сторон, которые видим, мы должны еще изображать их со стороны знания» [1, с. 165].

Б) На следующем своем этапе кубизм отказался от предмета, заявив, что суть произведения заключается не в передаче полноты предмета, а в разложении его на элементы. Для решения этой задачи нужно было вернуться к идее П. Сезанна – к живописному контрасту. Методом стала абстракция, геометрическая чистота объемов, контрастные сопоставления разновидностей начертательной формы, сдвиг формы.

В) Далее наступает вторая стадия кубизма, в которой интерес сосредоточен в понимании времени, точнее разновременности предмета. Методом построения произведения на этой стадии стало введение форм одного предмета в распыленные формы

другого предмета, асимметрия и достижение динамического напряжения.

Г) На третьей стадии выявилось новая гармония связей из прямых, кривых, рельефа, контррельефа, фактур и материалов. Цель такого нового построения состояло в сопоставлении статики и движения (нарастания форм). Методом на этой стадии сало введение материалов в конструкцию.

Футуризм

Истоком динамического футуризма К. Малевич определяет *В. Ван Гога*:

А) разлагает натуру на самостоятельные мазки – гряды, волны;

Б) предметы становятся выражением движения энергии;

В) фактурные волны превозмогают предметы.

«Сезанн только шел к абстрагированию природных тел, так как видел в них только живописные поверхности и объемы, потому что предмет был связан с ним как весом, <так> и живописными содержаниями, а <у> Ван Гога еще и динамическим движением» [1, с. 177].

И далее: «Сезанна можно отнести к тяжеловесному живописному нарастанию, Ван Гога – легкому. Тяжесть Сезанна – медлительное движение; Ван Гог тоже тяжесть, но лишенная медлительности, а следовательно, больше обеспечена в длительности нарастания в пространстве» [1, с. 178].

Футуризм представляется как преодоление пространства и – главное – движение в глубину. Если кубизм сосредоточен на конструкции, то футуризм – только на динамике, на концентрации самого бега как такового. Методом становятся живые движущиеся формы, разлом предмета, энергия и живой трепет движения по радиусам, пересекающимся линиям; в центре находится сам человек как ось, что определяется смещением изображения вверх/вниз, спереди, сзади, с боков – одновременно.

Супрематизм

Супрематизм: логическое продолжение кубизма, вплотную двинувшегося в беспредметность. К. Малевич называет это пятым измерением, и определяет супрематическую плоскость как последний этап на линии движения искусства и как основу дальнейшего развития формы.

Ученик К. Малевича *Л. Юдин*, к примеру, берет из сказанного: «материал в кубизме и супрематизме. Через цвет, как энергию, к материалу, как энергии» [2, с. 69]. Чрезвычайно строгий к себе, Л. Юдин писал

в дневниках в апреле 1922 года по прошествии более, чем двух лет с момента издания малевичского труда о том, что уновисты только теперь дошли до понимания новых систем [2, с. 149].

Труд К. Малевича «Супрематизм. 34 рисунка» является продолжением и новым этапом, выводом из контента текста «О новых системах в искусстве» и еще одним методическим указанием в системе малевичского преподавания в Витебском институте как учебное пособие и как средоточие мобильного иллюстративного материала, объясняющего суть основных математических законов супрематизма.

Все 34 работы составляют полный художественный текст супрематического канона, его принципы, отношения с плоскостью, формой, фигурами, соотношениями. Попытаемся сгруппировать и выявить состояние плоскостей, фигур, линий.

Плотные плоскости/фигуры (Прил. 10, рис. 3, рис. 4): статичные, концентрированные. Из Чёрного квадрата (Прил. 10, рис. 2) выявляются, вычленяются все возможные конфигурации, соотношения. Движение потенциально, скрыто в каждой фигуре, однако при сопоставлении фигур всего этого блока очевидно, как от условия зеркальной симметрии Черного квадрата фигуры других композиций сдвигаются, образуя дисимметрию черного креста и далее в асимметрическое свободное парение черных форм и в сравнении с главным Чёрным квадратом и по отношению к центральной оси в собственной композиции (Прил. 10, рис. 4 «№ 5»; рис. 5 в вертикаль).

В данном блоке фигуры сжимаются (по отношению к большому главному квадрату), меняют масштаб, расширяются, удаляются и приближаются, вытягивают один из углов (например, Прил. 10, рис. 4 «№ 4») их движение делается всё более явным (например, Прил. 10, рис. 4 «№ 5», рис. 5 по диагоналям) и, при сопоставлении одна с другой, вибрируют. Чёрный квадрат остаётся доминантой, все фигуры этого блока зрительно подчинены ему:

«Кинетические» (Прил. 10, рис. 6; рис. 7; рис. 8; рис. 9; рис. 10): плотные фигуры композиций, наложенные друг на друга или расположенные отдельно, насыщены явным кинетизмом, представляют открытое движение.

Фигуры движутся по отношению друг к другу в каждой отдельной композиции с указанием направления этого движения (круговое в Прил. 10, рис. 6 «№ 6»; маятниковое в Прил. 10, рис. 7 «№ 7»; круго-во-маятниковое в Прил. 10, рис. 8 «№ 8»; диагональное снизу вверх сле-

ва направо в Прил. 10, рис. 9 «№ 15»; диагональное сниду вверх справа налево и – в круговое в Прил. 10, рис. 10 «№ 16»).

Вводится яркий контраст внутри каждой композиции, позволяющий визуализировать движение:

- по размеру квадратов в «№ 6», в «№ 8», в «№ 15» и в «№ 16»;
- по массе, где лёгкий квадрат располагается вблизи тяжелого в «№ 8», в «№ 15», в «№ 16»;
- по формам, где сополагаются с разной степенью и размером квадраты и прямоугольники – в «№ 8», «№ 15», «№ 16»; квадрат-крест-круг в «№ 7»; с включением дуги – «№ 8»;
- по направлению движения, наклона «№ 15»;
- по цвету: в «№ 16» введён небольшой белый прямоугольник слева вверху, позволяющий усилить движение всей композиции и акцентировать направление движения.

Сильная концентрация элементов в «№ 16», менее сильная – в «№ 15», концентрация за счёт большего масштаба чёрного квадрата – в «№ 8», композиция растянута по вертикали и элементы её не концентрируются – в «№ 6» и в «№ 7».

Динамический ритм связан с силами концентрации:

- в «№ 16» по отношению к горизонтальной оси симметрии: верх тяжелее низа, а по вертикальной оси симметрии: левая часть тяжелей правой. Но из-за острого угла нижнего прямоугольника создаётся впечатление движения снизу вверх.
- в «№ 15» по отношению к горизонтальной оси низ тяжелей верха, левая и правые части уравновешены по отношению к вертикальной оси. Динамика снизу вверх создается благодаря двум большим прямоугольникам, диагонально расположенным, и легким небольшим прямоугольникам и квадратам справа вверху.
- в «№ 8» по отношению к горизонтальной оси симметрии верх тяжелей низа, а по отношению к вертикальной оси – левая часть насыщенней правой. Движение происходит по горизонтали благодаря дуге и чуть вверх благодаря диагонали прямоугольника над дугой. Движение уравновешено с сильной статикой черного квадрата.
- в «№ 7» динамический ритм задается центральным диагональным крестом, который предполагает движение круга внизу композиции по горизонтали слева направо.

- в «№ 6» верх тяжелей низа, левая и правая части почти уравновешены, а движение задается и тем, что квадраты поставлены на угол, и контрастом их масштабов.

Линеарные (Прил. 10, рис. 11; рис. 12; рис. 13; рис. 14; рис. 15; рис. 16; рис. 17; рис. 18): в наиболее тонких графичных композициях акцентированы линии, пересекающиеся, дополняющие друг друга, ритмизированные и равновесные в своей асимметрии:

Полётные, диагональные (Прил. 10, рис. 19; рис. 20; рис. 21; рис. 22; рис. 23; рис. 24; рис. 25): эти композиции наиболее динамичны благодаря общему движению по диагонали; благодаря вертикальному устремлению; главным акцентом в них является плотная или фактурная геометрическая фигура, контраст плотности и разреженности или фигура/дуга:

Слоистые (Прил. 10, рис. 26; рис. 27; рис. 28): основные фигуры в композиции как бы просвечиваются и, вместе с тем, фактурны.

Фейерверк (Прил. 10, рис. 29; рис. 30): линии, фигуры как будто рассыпаются, и сами границы плоскости удерживают крупные и самые мелкие фрагменты фигур:

«Она (книга "Супрематизм. 34 рисунка" – *Т. К.*) вышла в черном и сером с небольшим количеством построений. <…> Периоды (три периода развития супрематизма с 1913 по 1918 гг. – *Т. К.*) были построены в чисто плоскостном развитии. Основанием построения было главное экономическое начало одной плоскостью передать силу статики или видимого динамического покоя. <…> в супрематическом достигнуто экономическим геометризмом действие в одной плоскости или объеме. <…> Форма ясно указывает на динамизм состояния и является как бы дальнейшим указанием пути аэроплану в пространстве не через моторы и не через преодоление пространства разрывающим способом неуклюжей машины <…> будет составлена из всех элементов естественных сил взаимоотношений и поэтом" не будет нуждаться в моторах, крыльях, колесах, бензине. <…> Супрематический аппарат, если можно так выразиться, будет единоцелый, без всяких скреплений».

К. Малевич писал: «Земля и Луна – между ними может быть построен новый спутник, супрематический, оборудованный всеми элементами, который будет двигаться по орбите, образуя свой новый путь» [1, с. 186]. К. Малевич подчеркивал, что супрематические формы не подчиняются формам земной поверхности. Сам холст представляет собой белое чистое пространство: «супрематическое бесконечное белое дает лучу зрения идти, не встречая себе предела». Цветные супрематические формы

не имеют соотношения с цветом в традиционном искусстве, это только форма энергии.

«Белый квадрат кроме чисто экономического движения формы всего нового белого миростроения является еще толчком к обоснованию миростроения как “чистого действия”, как самопознания себя в чисто утилитарном совершенстве “всечеловека”. <…> черный как знак экономии, красный как сигнал революции и белый как чистое действие. <…> три квадрата указывают путь, а белый квадрат несет белый мир (миростроение), утверждая знак чистоты человеческой творческой жизни. Какую важную роль имеют цвета как сигналы, указующие путь. <…> В чисто цветовом движении – три квадрата еще указывают на угасание цвета, где в белом он исчезает» [1, с. 188 – 189].

Витебские методические разработки Казимира Малевича послужили основанием его педагогической образовательной практики, а также базой для работы УНОВИСа (объединение Утвердители нового искусства, Школа Малевича в Витебске) по преобразованию среды. Малевич не раз подчеркивал, что после супрематизма искусство может развиваться по нескольким направлениям: 1) в архитектуру; 2) в декоративное творчество (вывески, оформление трибун, трамваев, стенопись, афиши, ткани, посуда – дизайн); 3) в научно-исследовательский институт как новую форму творчества; 4) в философию метафизики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Малевич К.* Собрание сочинений в пяти томах. Т. 1. М. : Гилея, 1995.
2. *Юдин Л.* Сказать своё… М. : Фонд «Русский авангард». 2008.

ТЕОДОР В. АДОРНО О ВОЗМОЖНОСТИ СУЩЕСТВОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ АРХИТЕКТУРЫ

THEODOR W. ADORNO ON THE POSSIBILITY OF THE EXISTENCE OF FUNCTIONAL ARCHITECTURE

А. В. Лагойко
A. Lagoyko

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: anastasiyalagoyko@gmail.com

Статья посвящена размышлениям Теодора В. Адорно на тему функционализма в архитектуре. Опираясь на собственную эстетическую теорию, Адорно указывает на проблемы, которые возникли в современной ему архитектуре и предлагает свои варианты решения данных проблем.

Ключевые слова: новая объективность; функционализм; орнамент; целенаправленность и бесцельность; художественная наивность; эстетика; верность материалу.

The article is devoted to Theodor W. Adorno's reflection on the theme of functionalism in architecture. Based on his own aesthetic theory, Adorno points out the problems that arose in architecture of that period, and offers his own options for solving these problems.

Keywords: new objectivity; functionalism; ornament; purposive and purpose-free; artistic naivete; aesthetic; fidelity to the material.

Введение

Прошло практически шестьдесят лет с того дня, как Теодор В. Адорно по приглашению Адольфа Арндта, который был председателем Немецкого Веркбунда (*Deutscher Werkbund, DWB*), выступил 23 октября в помещении Академии искусств (*Akademie der Künste, Hanseatenweg 10*) со своим, без сомнений, пророческим докладом о современной ему архитектуре на конференции «К проблеме функционализма сегодня», которая проходила 22–24.10.1965 в Берлине. Аудиозапись его выступления хранится в «Медиатеке» Австрийского архива аудио- и видеозаписей современной культурной и политической истории [1]. По материалам это-

го доклада им впоследствии была написана статья, опубликованная под названием «Функционализм сегодня» в четвертом номере журнала *Neue Rundschau*. В настоящее время статья опубликована в двадцатитомном собрании сочинений Адорно [2, с. 375–395]. Статья была переведена на английский [3]. Выступлению Адорно был посвящён юбилейный симпозиум «Теодор В. Адорно и актуальность функционализма», которую организовал немецкий Веркбунд 5 февраля 2016 года в честь выступления Адорно [4].

В своей статье Адорно вступает в воображаемую полемику с Адольфом Лоосом – речь идёт о работе Лооса «Орнамент и преступление» – идеи которого, как считает Адорно, полны противоречий и страдают от слишком простых антитезисов. В основополагающей и многослойной статье Адорно можно выделить, по меньшей мере, три пары диалектических апорий. Это противопоставления (1) эстетических концепций Канта и Лооса, (2) материального начала и эстетической формы, (3) практической полезности и эстетической бесполезности произведения искусства.

Различие между Кантом и Лоосом

В своих рассуждения Адорно противопоставляет неисторичные рассуждения Канта исторически мыслящему Лоосу. Адорно отмечает, Кант мыслит внеисторично и абстрактно. В своей работе «Критика способности суждения» [5, с. 201–245] он выделил основные моменты прекрасного основываясь на четырёх категориях суждения: (1) по качеству: прекрасным будет являться то, что принесет удовольствие, которое будет свободно от какой-либо заинтересованности чувств и разума; (2) по количеству: прекрасным будет являться то, что способно нравиться всем без какого-либо рационального осмысления; (3) по отношению: прекрасным будет являться то, что целесообразно без цели (целесообразность в предмете не обязана нести в себе образ какой-либо конкретной цели; согласованность предмета с его функцией не есть эстетическая целесообразность, а есть согласованность данного предмета и наших идей, представлений, иначе, познавательные способности согласуют окружающий нас мир природы); (4) по модальности: прекрасным будет являться то, что сможет быть признано как предмет требуемого любования (прекрасное не несёт в себе необходимость в понимании, только необходимость в любовании).

Исходя из этого, для Канта прекрасным являлось то, что могло нравиться всем, не неся при этом в себе никакой пользы. Наслаждение, ко-

торое приносит нам прекрасное, возбуждается не нуждой обладать этим прекрасным в качестве собственника такое поведение позже выльется в фетишизм в искусстве), а чувствами, которые мы испытываем при созерцании прекрасного. Данная невинность эстетического удовольствия дает право на утверждение, что удовольствие, получаемое таким образом, не субъективно, а принадлежит каждому в равной степени. Это и есть то, что называется *всеобщностью эстетического суждения*. То, что доставляет удовольствие, будучи безличным, приятно индивиду не потому что связано с его субъективными переживаниями, а потому что он является представителем человеческого вида (или потому что оно отвечает человеческим стандартам прекрасного). Мы не можем обосновать для остальных, почему тот или иной объект является прекрасным, но, в силу эстетического суждения, мы ждем того, что все будут восхищаться этим объектом наравне с нами.

Вышеописанные особенности способности суждения дают нам формулу «целесообразность без цели», идея которой заключается в наличии оценки о предметах, благодаря которым мы испытываем эстетическое удовольствие, как о чём-то сотворённом в угоду нашим желаниям и потребностям, хотя нет ни одного логического основания, чтобы предположить наличие трансцендентного начала, что намеренно сотворило предмет для конкретной цели. Подводя итог, можно заключить, что, по Канту, красота абсолютна, а предмет, который несёт в себе прекрасное не может быть приспособлен для конкретной цели.

Что касается орнамента, то для Канта, орнамент, так же, как и музыка, был высшей формой искусства. Более того, само искусство для Канта являлось ничем иным как орнаментом. Однако, Кант не принимает во внимание историческую динамику, а именно тот факт, что то, что могло являться функциональным вчера, завтра может занять диаметрально противоположную позицию.

Перед тем как перейти к антиподу Канта, – Лоосу, необходимо отметить, что анти-декоративное движение, представителем которого был Лоос, несло в себе идею бесцельного искусства. Какие бы обходные попытки не предпринимались, этого было не избежать, поскольку эта идея заложена в природе произведений искусств. Даже после того, как критическая традиция сняла с себя ответственность канонов правильного и неправильного в искусстве, ничего не изменилось, эта ответственность всего лишь легла на отдельно каждое произведение. В отличие от Канта, Лоос определенно понимал историческую динамику орнамента, кото-

рая заключалась в том, что, если сейчас определенные элементы в языке материальной области оказываются необходимыми, то через некоторое время эти элементы могут стать избыточными и даже до ужасного декоративными, с того момента как не смогут легитимизироваться в данном языке тем, что обычно называется стилем. Адорно указывает, что, критикуя декоративность, критикуется то, что исчерпало своё функциональное и символическое значение и осталось не более чем «разлагающимся, органическим, ядовитым пережитком». А этому сопротивляется всё новое искусство. Музыка и архитектура всё тщательнее стараются стереть всю декоративность, сосредоточившись лишь на выражении и построении. Понимание того, что осуждения орнамента Лоосом не являлись расплывчатыми аналогиями в интеллектуальной истории, требует исправления тезиса Лооса на: «вопрос о функционализме не совпадает с вопросом о практической функции. Бесцельное и целесообразное не образуют радикальной оппозиции, которую он предполагал» [2, с. 375–395].

Отмечу, что для Лооса архитектура не была связана с художественным проявлением. Всякое внедрение художественного в практические вещи было для него столь же отвратительно, как и ориентация бесцельного искусства на практику, поскольку она сделала бы искусство зависимым от «всемогущества наживы». Против этого выступали художественные движения того времени. Лоос же продолжал проповедовать возврат к честному ремеслу, которое должно было отдать себя на служение техническим инновациям, избегая искусства.

С самых первых дней функционализма Лоос отделял целесообразное и эстетически автономное. Адорно не принимает этого, потому что считает, что бесцельное и целесообразное в любом продукте не могут быть отделены друг от друга, поскольку целесообразное без цели будет ничем иным, как сублимацией целей. Ни одна вещь не может существовать как эстетический объект само по себе и только в области напряжении данной сублимации ей найдется место. Исходя их этого, существование чистой целесообразности, противопоставляемой бесцельной эстетике, ставится под вопрос, поскольку такие идеи как формальная прозрачность и понятность, являющиеся результатом художественного опыта, питают даже чистейшие функциональные формы. В итоге, декоративность становится поддерживающим изобретением, или же самоцелью.

Если бы ненависть Лооса к орнаменту была логичной, то распространилась бы на все искусство поскольку, даже если искусство стремиться к автономии, это вовсе не значит, что оно стремится избавиться

от декоративности, поскольку, обращаясь к критериям практического, само искусство является декоративностью. Идея Лооса отказаться от украшательства и стиля сама рискует стать стилем.

Страсть к орнаменту для Лооса была ребячеством. Он, к тому же, приравнивал орнамент к эротическим символам, использование которых, по его словам, свойственно лишь преступникам или дегенератам. Как утверждал Лоос, культура страны измеряется в количестве граффити на стенах уборных.

Выражение, которое видит Лоос в орнаменте, по-прежнему связано с принципом удовольствия – принцип поведения, при котором психологический импульс определяется стремлением к незамедлительному удовлетворению влечения и потребностей – как траур и оплакивание, что отрицает их выражение. Если мы намеренно начнем выносить элемент выражения лишь к одному искусству, то мы допустим серьёзную ошибку. Элемент выражения нельзя просто так взять и отделить от предметов пользования. Как замечает Адорно, «Едва ли существует практическая форма, которая, наряду с её пригодностью для использования, не могла бы также быть символом; психоанализ также продемонстрировал этот принцип на основе бессознательных образов, среди которых дом занимает особое место, и, согласно Фрейду, символическая интенция быстро соединяется с техническими формами, такими как самолет, и, согласно современным американским исследованиям в области массовой психологии, часто с автомобилем» [2, с. 375–395]. Если бы Лоос не ощущал в орнаменте миметического импульса, противопоставляемого рациональной объективации, то его ненависть к орнаменту была бы совершенно непонятна. Через мимический импульс живое существо было способно соотнести себя с окружающими его объектами, задолго до того, как этот способ перешёл к художникам. Символ и орнамент в конечном итоге будут казаться излишними, но их истоки находятся в естественных формах. Люди приспосабливались к ним посредством собственных артефактов. И образ, который выражен в данном импульсе, раньше был навязчиво-объективным. Данный аргумент объясняет нам небезызвестный факт: орнамент и художественные формы в целом не могут быть изобретены. И все же, Адорно констатирует, что это не решает вопрос о том, каким образом, если орнамент больше не был бы значимым элементом, искусство смогло бы быть возможным в любой форме и, если бы изобретение настоящих орнаментов искусством было больше невозможным.

Теснее чем объект художественной репрезентации, который отвечает лишь своим формальным законам, с принципом удовольствия будет связано использование или же потребление. Удовольствие, согласно буржуазной этике – трата энергии. Лоос был привязан к этому порядку, будучи одним из первых критиков культуры. Он критиковал данный порядок там, где он не следовал своим собственным принципам. Помимо того, что декоративность являлась растратой труда и здоровья рабочих, она была обвинена в бессмысленной трате материала и капитала. В этом рассуждении Адорно выявляет столкновение двух непримиримых мотивов: бережливости – ничего не должно пропадать зря, – мечта о технологическом мире, который освободил бы человека от труда; второй мотив находится за пределами функционального мира и заключается в позитивном влиянии аспектов индустриального общества вопреки буржуазным стандартам.

Утопические идеи о городах без орнамента завладели Лоосом. Он верил, что всё, что не принадлежит бессознательному труду людей, которые находятся в одной культурной сфере, является искусством. А искусство в свою очередь является плодом гения, которого направил Бог. Но прошли те времена, художник больше не выполняет божественной миссии. Мы сталкиваемся с противоречием. С одной стороны, великие достижения остаются великими до тех пор, пока их приписывают гениальности автора, не убедившись в цели, которая является источником гениальности, с другой, тщетная попытка внедрения воображения в качестве корректора извне для того, чтобы поправить то, что из него не исходит, служит ложному воскрешению того, что было подвержено критики и обуздывалось в архитектуре. Адорно приводит в пример унылую умеренную современность немецкого послевоенного стиля реконструкции.

Упомянутые выше противоречия раскрываются в двух взаимоисключающих понятиях: ремесло и воображение. Привнесение воображения в функциональный мир Лоосом категорически отвергалось для того, чтобы избавиться от причудливых форм прошлых веков и прийти к безупречному и чистому строительству. Передовые архитекторы предпочтут мастерство, а остальные и лишённые воображения предпочтут воображение, констатирует Адорно. Поскольку художник, который верит в интуитивное создание картин и в то, что его оригинальность пострадает из-за технического понимания и понимания материалов, очевидно никогда

не был подвержен дисциплине создания картин. Но также, нет нужды возвышать эксперта до меры всего т.к., его разочарованная современность, утверждая, что отодвинула всякие идеологии, легко прикрывается маской мелкобуржуазной рутины. «Каждый раз, когда ремесло становится сегодня нормой, нужно внимательно изучить его намерение. Понятие ремесла тесно связано с функцией» [2, с. 375–395].

Нельзя оставить без критического анализа представление о воображении, главной задачей которого является иннервировать нечто, которое скрыто в материале и форме с которыми художник работает и которое, посредством воображения, художник должен извлечь. Даже минимальный прогресс воображения позволяет ответить на бессловесный вопрос, который задают материалы и формы на немом языке вещей. Архитектура может спросить, как определенная цель может стать пространством и т. д. Поскольку все факторы взаимосвязаны, то, следовательно, архитектурное воображение – способность артикулировать пространство через цели, позволяя им стать пространством. Адорно сравнивает ощущение пространства с тем, что в музыке называется акустической областью. Цель в значительной степени берет на себя роль содержания, в отличие от формальных составляющих, которые архитектор создаёт из пространства. В целенаправленных искусствах напряжение между формой и содержанием, оно делает все художественное искусство возможным, передается через цель. Получается, что аскетизм новой объективности всё-таки содержит элемент истины: стремление к непосредственному субъективному выражению было бы неадекватно по отношению к архитектуре, поскольку если следовать за этим стремлением, то получится не архитектура, а съемочные площадки.

Таким образом, для позитивного развития архитектуры необходимо, чтобы место субъективного выражения заняла функция для субъекта. Архитектура должна думать о людях лучше, чем они есть, а не деформировать людей под себя. Здесь можно упомянуть и о принципе разделения труда. Поскольку из-за верности к материалу специалист не всегда отдает отчёт в том, насколько его техническое понимание страдает от его собственной художественной ограниченности. Многие архитекторы реализовали лишь часть своих идей. Это нельзя объяснить невежеством строителей и администрации, но и недооценивать этот момент не стоит.

Совет, который даёт Адорно по этому вопросу, заключается в том, что архитектура, нуждается в эстетической рефлексии, как и всякое целесообразное искусство. Современная художественная практика всецело

зависит от эстетики. Поскольку соображения, которые выходят за рамки самых непосредственных задач, которые ставятся перед инженерами и архитекторами, носят эстетический характер. Отстранение от эстетической мысли приведет к появлению дилетантских вспомогательных гипотез. Думая об искусстве, эстетическому мышлению необходимо выйти за его пределы, а, следовательно, за пределы борьбы целесообразного и нецелесообразного, от которого страдает и производитель, и зритель. Касательно работы художника, независимо от того, направлена она на определенную цель или нет, то она не может более наивно идти по предписанному пути. Художнику необходимо отчитываться о своем месте в обществе и о социальных ограничениях, с которыми он сталкивается. Этот момент может стать решающим в проблемах градостроительства, в том числе и за пределами задач реконструкции, где возникают вопросы о существовании или не существовании коллективного социального субъекта.

Полезность и бесполезность в искусстве

Искусство, благодаря свой автономии, может предложить нам иное видение мира, этот освободительный потенциал искусства Адорно признал в своей эстетической теории. Искусство Адорно должно было отрицать всякое овеществлённое сознание и не принимать царствующий порядок. Тем не менее лишь при участии реципиента искусство будет в состоянии дать отпор. Для этого Адорно проводил параллель между искусством и «культурным мусором», так он называет продукты индустрии, направленные на развлечение и создающие досуг зрителю.

Поскольку вопрос подчинения полезности – это вопрос о функционализме, то нет ничего удивительно в том, что то, что классифицируется как бесполезное, будет подвержено критике из-за своей эстетической недостаточности, а полезное будет продолжать укрепляться в своей вине перед пользователем за свой обман.

Главным фактором в вопросе полезности и бесполезности Адорно выделяет ложь вещей. Наивное общество не замечает того, как, будь то вещь или здание, обманывают его своим видом, который заставляет общество думать, что вещи существуют для них. Из-за этой лжи всякое понятие полезности смещается. Вещи начинают производиться не ради и для людей, теперь их главной целью стала максимальная прибыль, которую они могут заполучить от ослеплённого потреблением общества. Вещей больше не волнует ваш комфорт, их не волнует нужны ли они

вам, оправдают ли они ваши ожидания от использования, это хитрые охотники, которые затаились и ждут удобного случая, чтобы напасть на ваш кошелёк. Адорно сравнивает вид этих порабощённых и бесполезных вещей с чем-то эстетически невыносимым. Он видит, что с начала буржуазной эры, смысл существования любого автономного искусства сводится к тому, что бесполезное занимает место полезного, «… счастливое использование, контакт с вещами за пределами антитезы пользы и бесполезности» [2, с. 375–395]. Пока люди не восстанут против практичности, функционализм так и будет являться разновидностью фетишизма, поскольку он не в силах вырваться из рабства.

И все же, на случай, если аргументация Адорно вдруг покажется бесполезной, он предпочёл защититься тезисом, что понятия полезного и бесполезного нельзя воспринимать легкомысленно. Он настаивает на том, что данный вопрос требует рефлексии, но объективность обычно обвиняет её не самым объективным способом. Адорно считает, что, имея дело с идеей, которая нуждается в поспешной легитимизации и обосновании того, чем она хороша прямо сейчас, вопрошающие часто прерывают её именно в том моменте, когда она готова дать им ответ, который, возможно, однажды смог бы принести пользу и сделать практику лучше.

Выводы

Таким образом, во-первых, следует отметить, что работа художника, вне зависимости от того, направлена она на конкретную цель или нет, не может более наивно следовать предписанному пути. Всякий эксперт должен выйти за пределы своего ремесла, чтобы отдать ему должное. Главной задачей градостроительства должен стать коллективный социальный субъект. В том, что практические принципы градостроительства не совпадают с принципами рациональной концепции, которая свободна от социальной иррациональности, кроется причина, почему городское планирование рискует либо выродиться в хаос, либо начать препятствовать архитектурным движениям индивидуумов.

Во-вторых, архитектура, как и любое целенаправленное искусство, нуждается в постоянной эстетической рефлексии. Поскольку такие вопросы как полезность и бесполезность в искусстве, разделение автономного и целесообразного искусства, воображения и орнамента, должны быть заново обсуждены, эстетика становится практической необходимостью. Те, кто склонен пренебрегать эстетикой, зачастую склонны обращаться к дилетантским идеям. Эстетическое мышление, в свою очередь,

размышляя об искусстве, должно выйти за его пределы, следовательно, и за пределы борьбы целесообразного и нецелесообразного.

В-третьих, функция для субъекта должна занять место субъективного выражения в архитектуре. Архитектура достигнет более высокого стандарта, если будет интенсивно взаимно опосредовать две крайности – формальную конструкцию и функцию.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Adorno Th. W.* Funktionalismus heute [Электронный ресурс]. Österreichische Mediathek, 9-00202_k02. Режим доступа: https://www.mediathek.at/katalogsuche/suche/detail/?uid=01785F2A-1E2-0A857-00000BEC-01772EE2. Дата доступа: 03.03.2022.
2. *Adorno Th. W.* Funktionalismus heute // Gesammelte Schriften. Band 10. T. 1. Kulturkritik und Gesellschaft. Frankfurt/Main, 1977. S. 375–395.
3. *Adorno Th. W.* Functionalism Today // Oppositions. 1979. No 17. P. 31–41.
4. Adorno und die Aktualität des Funktionalismus [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.poieinkaiprattein.org/beyond-images/architecture/adorno-und-die-aktualitaet-des-funktionalismus/. Дата доступа: 03.03.2022.
5. *Кант И.* Критика способности суждения. Собрание сочинений: в 6 т.; Т. 5. М. : Мысль, 1966.

ВЕЩЬ КАК ЗНАК ВО ВРЕМЕНА ДРЕВНОСТИ

THING AS A SIGN IN ANCIENT TIMES

Я. Ю. Ленсу
Ya. Lensu

Белорусская государственная академия искусств
Минск, Республика Беларусь,
Belarusian State Academy of Arts
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: lensu50@inbox.ru

Рассматривается знаковая роль объектов предметного мира во времена древности. Показывается, что в этот период развития человечества знаковость объектов предметного мира в основном имела магический, ритуальный, тотемический характер, иногда также несла информацию о социальном положении владельца предмета. При этом можно гово-

рить о появлении в это время всех трех основных видов знаков: знаков-символов, знаков-индексов и знаков-икон.

Ключевые слова: знак; знак-символ; знак-икона; знак-индекс; первобытное общество; магия; ритуал; тотем.

The role of a sign that objective world items played in ancient times is reviewed. It is shown that at this period of humanity development meaning of a sign that objective world items had was mostly of magical, ritual, totemic nature, sometimes it also contained information about social status of the object owner. Moreover, it can be said about emerging of tree main types of sings at that time: sign as a symbol, sign as an index and sign as an icon.

Keywords: sign; sign as a symbol; sign as an icon; sign as an inde;, foraging society; magic; ritual; totem.

В древности вещь в жизни людей играла чрезвычайно большую роль. Для древнего человека она выступала не просто как бытовой предмет, а как знаковое средство, как нечто символическое. «… первобытному человеку, – пишет известный исследователь древних культур Ю. Липс, – было чуждо деление явлений на “материальные” и “духовные”. Благодаря его способности к символическому осмыслению мира за каждой вещью или внешним действием стояло “духовное”, символическое содержание, а всякое абстрактное понятие выражалось во вполне материальном символе» [1, с. 171]. В соответствии с постулатами науки-семиотики, символ – это один из видов знаков, форма которого не похожа на обозначаемый объект, последний же связан с формой знака как бы по соглашению, договору, негласно заключенными между использующими эти знаки. Этими качествами в древности характеризовались многие объекты предметного мира, которые использовались людьми того времени. Так, ожерелья охотников палеолита являлись знаком защиты и от зверей, и от злых духов, и символом счастье на охоте, и т. д. Сама же их форма никак не говорила о содержании их знаковой функции, поэтому их вполне можно отнести к символам. Такие амулеты и талисманы являлись символическими хранителями жизненной силы. Делались в это время и ожерелья, которые являлись символическим талисманом для обеспечения плодовитости женщины, а тем самым роста племени, потому что постоянно требовалось появление на свет новых здоровых детей [2, с. 148].

Также характерные символические предметы, использовавшиеся еще в каменном веке, – атрибуты вождей, которые именуют «жезлы на-

чальников». Это чисто предметы-символы, они символизировали власть его обладателя. Такие предметы найдены и на территории Западной Европы, и в европейской части России. По большей части их относят к эпохе Мадлен (15000–10000 гг. до н. э.). Но встречаются и более ранние предметы, принадлежащие эпохе Ориньяк (35–18 тыс. лет назад).

Символизировать власть над другими членами племени могли и определенные элементы одежды вождя. По аналогии можно вспомнить шикарное оперение, носимое на голове американскими индейскими вождями. Знаковостью обладали и некоторые элементы одежды рядовых членов первобытного общества. Они могли говорить о принадлежности человека к определенному племени. В данном случае эти предметы выступали уже в роли знаков-индексов, так как указывали на положение определенного человека в структуре первобытного общества. В каждом племени имелись также определенные сакральные предметы, также имевшие статус знаков-индексов, так как указывали на определенную социальную группировку.

Объекты-знаки участвовали и в обрядах охотничьей магии. В таком качестве часто выступали, например, специально создававшиеся для этой цели чучела или «макеты» животных. Характерным примером такого «макета» является так называемый «монтеспанский медведь», найденный в 1922 г. в пещере Монтеспан в департаменте Верхняя Гаронна во Франции. Фигура представляла собой больших размеров «болванку», которая, по выражению нашедшего памятник выдающегося спелеолога Н. Кастере, изображала «безголового медведя, присевшего в позе Большого Сфинкса» [3, с. 190]. Образ животного передавался достаточно условно, обобщенно, конечности его едва угадывались. Наиболее проработаны были только когти на обращенной к зрителю передней лапе. Больше всего ученых заинтересовало, почему монтеспанский медведь не имел головы. Может быть, она была кем-то отбита? Но нет, на поверхности фигуры не обнаруживалось никаких следов сколов. Значит, медведь из пещеры Монтеспан никогда и не имел головы… Почему? Стали искать ответ. И ответ скоро нашелся сам собой. Дело в том, что между передними лапами глиняного медведя лежал череп медвежонка, на месте же шеи изваяния имелось глубокое отверстие. В него, скорее всего, вставлялся колышек, на который надевалась натуральная медвежья голова. Кроме того, ученые обратили внимание, что поверхность фигуры была как бы заглажена трением чего-то одновременно и прочного, и мягкого. Из этого был сделан вывод, что туловище глиняного медведя в свое

время накрывалось настоящей медвежьей шкурой. Таким образом, вылепленная из глины фигура медведя служила как бы «манекеном» или, по выражению других ученых, «макетом» медведя, на который надевались натуральные части внешнего покрова зверя.

Для чего же делался такой «манекен» или «макет»? Ответить на этот вопрос помогли следующие детали монтеспанской находки. На лицевой стороне фигуры (эту сторону можно назвать лицевой, так как другая сторона была обращена к стене пещеры) обнаружили сорок ямок разных размеров, которые, как установили ученые, были нанесены копьями или дротиками древних охотников. Кроме этих «ранений» на теле глиняной фигуры медведя, были найдены лежащие вокруг вылепленные из глины шары величиной с кулак. В некоторых местах они образовывали целые кучки, а также на стене пещеры были видны следы от ударов этих шаров. Как видно, шары бросались прицельно в «манекен» медведя, некоторые же не попадали в цель и, пролетая мимо, ударялись в стену.

Все сказанное выше говорило о том, что это был «макет»-знак, который использовался для имитации действий охоты на данного зверя, приема, распространенного в каменном веке в охотничьей магии. По представлениям древнего человека, определявшимся уже зарождавшимся у него тогда мифологическим сознанием, для того чтобы охота на животных была удачной, необходимо произвести определенные магические обряды. Эти обряды были связаны с имитацией действий, которые впоследствии производились во время реальной охоты. Для этих целей было необходимо создать соответствующую обстановку, что и достигалось с помощью символического «манекена», изображающего настоящего зверя. Древние охотники собирались в пещере перед этим «макетом» и имитировали поражение воображаемого животного своими копьями с каменными наконечниками, а также метанием в него вылепленных из глины шаров. Нанесение животному удачных ударов в магическом обряде должно было повлечь за собой и успех в реальной охоте. Так как внешний вид «макета» медведя как объекта-знака принимал форму реального медведя, то этот знак уже можно назвать иконическим, форма которого как бы дублирует содержание.

Знаковую роль в древности играли и первые созданные человеком куклы, которые являлись объектами поклонения. Самая ранняя подобная кукла найдена в Чехии, в древнем захоронении «Брно-2». Это маленькая человеческая фигурка из мамонтовой кости с прикрепленными к туловищу подвижными конечностями. Этой одной из первых кукол, как счита-

ют ученые, примерно 30 – 35 тысяч лет [4, с. 33]. Ее назначение, скорее всего, носило ритуальный, символический характер. Символическую, ритуальную роль играли и изготовлявшиеся древними людьми маленькие фигурки животных, несущие информацию об определенных тотемах племени. Эти знаковые объекты имели свойства как знаков-символов, так и иконических знаков, так как их формы повторяли формы обозначаемых объектов. Такое совмещение в одном знаке свойств знаков нескольких видов в соответствии с законами семиотики вполне допустимо.

Символические куклы в виде фигурок людей в древности использовали и для магических обрядов, направленных на причинение какого-либо ущерба врагу. Судя по некоторым сохранившимся у примитивных народов магическим ритуалам, в древности куклы, символизировавшие образы врагов, подвергались всевозможным экзекуциям. Так, американские индейцы, чтобы убить врага, сжигали соломенную или растапливали сделанную из воска куклу. Индейцы чиппева с той же целью изготавливали деревянную куклу и вгоняли ей в голову иглу или стрелу. Перуанские индейцы делали куклу из жира, перемешанного с мукой, и сжигали ее на дороге, по которой должен был пройти враг. Малайцы, чтобы расстроить нежеланный брак какой-либо пары, изготавливали женскую и мужскую куклы и связывали их спинами друг к другу, чтобы таким образом посеять между ними рознь. На полуострове же Малакка сделанным из пчелиного воска куклам причиняли различные увечья, какие хотели бы причинить своему врагу. Считалось, что если такой кукле проколоть глаз, то враг лишится зрения, если проколоть голову, то он будет мучиться страшными головными болями, ели пронзить живот, то болезнь поразит желудок этого человека и т. д. Если же хотели смерти врага, то прокалывали всю куклу с головы до ног [1, с. 163].

Большую символическую роль в древности играли и такие объекты, как ритуальные маски. Они использовались в ритуалах, связанных с культом предков, духов, животных, выступавших в роли тотемов. Маски изготавливались из дерева, коры, кожи, материи, кости, других материалов и изображали человеческие лица, головы животных или каких-то мифологических или фантастических существ. Таким образом, они также совмещали в себе свойства знаков-символов и знаков-икон. Тот, кто надевал маску, как бы преображался в то существо, которое маска изображала. Существовала вера в великую магическую силу масок. То, что маски использовались еще в доисторические времена, подтверждают сохранившиеся со времен каменного века наскальные рисунки в пещере

Ласко (Франция), которые изображают охотников в ритуальных масках животных. Также в пещере Трех Братьев близ Монтескье-Авантес (Южная Франция) есть изображения одного колдуна в маске, изображающей оленя, а другого – в маске бизона.

Таким образом, во времена первобытнообщинного общества знаковость объектов предметного мира в основном имела магический, ритуальный, тотемический характер, иногда также несла информацию о социальном положении владельца предмета. В то же время мы можем говорить о появлении в это время всех трех основных видов знаков: знаков-символов, знаков-индексов и знаков-икон.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Происхождение вещей. Очерки первобытной культуры / под ред. Е. В. Смирницкой. М. : ННН, 1995.
2. *Аугуста, Й.* Жизнь древнего человека. Прага : Артия, 1960.
3. *Столяр, А. Д.* Происхождение изобразительного искусства. М. : Искусство, 1985.
4. *Новацкий, В.* В сторону человека. // Декоративное искусство СССР. 1983. №12. С. 33–36.

ТИПОГРАФИКА СТИЛЯ МОДЕРН КОНЦА XIX – НАЧАЛА XX ВЕКОВ. СОВРЕМЕННЫЕ РЕМИНИСЦЕНЦИИ

ART NOUVEAU TYPOGRAPHY OF THE LATE XIX AND EARLY XX CENTURIES. MODERN REMINISCENCES

А. А. Кулаженко, Е. И. Макаревич
A. Kulazhenko, E. Makarevich

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: akgrafdesign@gmail.com, makarevich.elizaveta@list.ru

В публикации рассматриваются особенности типографики стиля модерн конца XIX – начала XX вв. в лице их ярких представителей. Описывается значение и роль дизайнеров-типографов в формировании графического языка данного стиля.

Отмечается возрождение интереса к типографике эпохи модерна во второй половине XX – начала XXI вв. на примерах конкретных работ известных шрифтовых дизайнеров и типографических студий.

Ключевые слова: типографика стиля модерн; югендстиль; венский «сецессион»; возрождение типографики стиля модерн; шрифт; шрифтовая гарнитура; студии шрифтового дизайна.

This publication examines the characteristics of Art Nouveau typography of the late 10th and early 20th centuries in the person of their prominent representatives. It describes the importance and role of typographic designers in the formation of the graphic language of this style.
The revival of interest in Art Nouveau typography in the second half of the 20th century and the beginning of the 20thI century is noted on the example of specific works of famous type designers and typographic studios.

Keywords: Art Nouveau typography; Jugendstil, Vienna Secession; revival of Art Nouveau typography; font; typefaces; typeface design studios.

На протяжении всей истории своего существования как вида человек видел потребность в получении и обмене актуальной информацией. С появлением связной и полной последовательности символов – текста – возникла необходимость его особого оформления, которое бы обеспечило наиболее удобное восприятие информации зрителем. Так возникает типографика – «...Искусство подобающего расположения наборного материала сообразно конкретному назначению», как определяет это понятие английский типограф Стэнли Морисон [цит. по 1].

Исторически первые типографические разработки были связаны с оформлением страниц книг. Расцвет и становление плакатного искусства, а вместе с ним и типографики, пришлись на последние десятилетия XIX – начало XX века. Именно в это время в Европе получает широкое распространение стиль модерн.

Считается, что начало этого стиля было положено представителями изобразительного искусства викторианской Англии XIX в. Джоном Рёскиным, «Братством Прерафаэлитов» и основателем движения «Искусств и ремёсел» Уильямом Моррисом (Прил. 11, рис. 1a, 1b). Именно они высказали новаторские идеи, часть которых позже составила теоретическую базу модерна [2, с. 48].

Говоря об истоках плакатного искусства эпохи модерна, следует вспомнить французского художника и графика Жюля Шере. Именно он во второй половине XIX в. поднял плакат до уровня произведения искус-

ства. До появления художественного авторского плаката рекламные афиши состояли целиком из текста, однако Шере предложил заменить сухую текстовую информацию ярким, бросающимся в глаза рисунком. Также Жюль Шере одним из первых сформулировал основные принципы плаката, которые остаются актуальными и в наше время – лаконичность, броскость, концентрация внимания зрителя на одном главном элементе, быстрое восприятие главной идеи и текста.

Его плакатные работы начинают отражать идеи формообразования модерна – изображения и текстовая составляющая существуют в одном пространстве, частично накладываясь друг на друга и представляя собой законченную текстово-изобразительную композицию. Однако здесь еще не наблюдается характерного для модерна тесного сплетения линий, формирующего единое художественное целое [3, с. 255].

Также следует упомянуть Коломана Мозера – выдающегося австрийского живописца, графика и одного из основателей Венского «сецессиона» на рубеже XIX–XX вв. Коломан Мозер также активно занимался прикладным искусством и проявил себя в различных областях художественного творчества. Мозер был одним из дизайнеров ведущего австрийского художественного журнала *Ver Sacrum*, уделявшего большое внимание типографическому дизайну. И именно благодаря таланту Мозера к началу XX века венский стиль становиться международным брендом (Прил. 11, рис. 2).

С конца XIX в. активно и повсеместно развивается печать периодических изданий. Одним из наиболее известных журналов модерна стал баварский *«Jugend»*, который выпускался в Мюнхене с 1896 года. Ему же обязан своим происхождением и принятое в немецком искусствоведении и художественной критике название стиля модерн – Югендстиль (*Jugendstil*). Одним из авторов иллюстраций журнала *«Jugend»* был немецкий живописец и график Отто Экман. Однако широкую известность ему принесла разработка уникальных шрифтовых гарнитур, которые стали прорывом для типографики модерна. В 1899 году Экман разработал новую гарнитуру немецкого алфавита, известную под названием *«Eckmann Schrift»*, ставшую наиболее распространённым шрифтом Югендстиля (Прил. 11, рис. 3а).

В начале 1900-х гг. Отто Экман спроектировал еще две гарнитуры: *Rudhardsche Initialen* и *Fette Eckmann*. В своей книге «Новая типографика» Ян Чихольд пишет про эти необычные шрифты: «Художник Отто Экман сделал странную, но интересную попытку соединить формы

фрактуры и антиквы, причем форму букв определяла техника работы кистью» [4, с. 55].

Идея синтеза искусств в модерне требовала от художника разностороннего развития. Примером такого человека стал Петер Беренс – немецкий архитектор, художник-плакатист и типограф, пионер промышленного дизайна. Он разработал шрифт *Behrens-Schrift*, который был издан словолитней *Rudhard'sche Gießerei* в Оффенбахе-на-Майне в 1902 году. Дизайн этого шрифта быстро получил признание; *Behrens-Schrift* был назначен «официальным немецким шрифтом» для международных выставок 1904–1910-х гг. Его можно классифицировать как германизированный романский или латинизированную фрактуру.

Помимо шрифта *Behrens-Schrift*, Петер Беренс разработал и другие шрифты для компании *Klingspor Foundry*: *Behrens-Kursiv*, *Behrens-Antiqua* и *Behrens-Mediaeval* (Прил. 11, рис. 3б).

28 июля 1914 г. человечество потрясло событие, которое полностью изменило картину мира общества – Первая мировая война. Вместе с ее началом закончилась эпоха модерна – стиля женщин и цветов, утверждавшего самоценность искусства. Новым критерием оценивания эстетики вещи стала целесообразность. Появление новой эстетики началось с мятежа против орнаментации, изобразительности, архаичности формы, в том числе и в области типографики.

Одним из основоположников новой типографики стал Ян Чихольд. Новая типографика ставила своей целью определение наиболее значимых слов в тексте и построение композиции на основе их частного расположения. Однако можно отметить, что истоки этого подхода можно обнаружить и в плакатах эпохи модерна. Художники-плакатисты старались выделить главное за счет использования различных шрифтов и их кеглей. Они стремились создать пространство, в котором иллюстративная и текстовая составляющая образовывали органично соединение, подчеркивая и дополняя друг друга.

Нужно отметить, что новая типографика позаимствовала не столько сам ритм произведений модерна, сколько идею построения типографической композиции на основе изменчивого ритма, особенного для каждого отдельного произведения.

Одним из наиболее плодовитых и влиятельных художественных деятелей второй половины XX в. становится Эд Бенгуят – американский дизайнер шрифтов и типограф. В шрифтовом дизайне Эда Бенгуята можно отметить проявление интереса к эстетике эпохи модерна, особенно – к де-

тальному разбору шрифтов, использовавшихся при оформлении афиш и плакатов. Наиболее ярко это выражается в начертаниях шрифтового семейства *ITC Benguiat*, выпущенных в 1977 году. Достаточно известен и шрифт *ITC Benguiat Gothic*, представляющий собой вариант исходного ITC Benguiat без засечек. Эд Бенгуят разработал более 600 разнообразных шрифтовых гарнитур. Большая часть работ мастера была опубликована и лицензирована Международной Шрифтовой Корпорацией (*International Typeface Corporation*). Сюда входят *ITC Barcelona*, *ITC Benguiat*, *ITC Benguiat Gothic*, *ITC Bookman*, *ITC Edwardian Script*, *ITC Panache*, *ITC Souvenir*, *ITC Tiffany* и другие. Кроме того, такие шрифты как *ITC Bauhaus* и *ITC Korinna* были спроектированы совместно с Виктором Карузо. Гарнитура ITC Korinna была разработана в 1974 г. на основе рисунков шрифта, созданного фирмой *H. Berthold* в Германии в 1904 г.. Этот шрифт с необычными формами букв и в наши дни с успехом используется в акцидентных рекламных текстах (Прил. 11, рис. 4).

Говоря о шрифтовом дизайне начала XXI в. нельзя не упомянуть фигуру Ника Кертиса. Он начал свою карьеру в качестве дизайнера шрифтов в 1997 г. и создал шрифтовые гарнитуры, навеянные произведениями модерна: *Rivanna*, *Bala Cynwyd NF*, *Babes In Toyland NF*, *Lance Corporal NF* и *Brownwood NF*. Вдохновением для создания последнего шрифта послужил туристический плакат 1906 г., рекламирующий отель *Braunwald*, расположенный в швейцарских Альпах. В 2000–2001 гг. Кертис лицензировал несколько своих шрифтовых проектов, рассчитанных на массовую аудиторию, в компаниях *Agfa-Monotype*, *Bitstream* и *ITC Fonts* (Прил. 11, рис. 5).

Необходимо также упомянуть шрифтовое семейство *Arts and Crafts*, созданное в эти же годы студией шрифтового дизайна *P22 Type Foundry* в сотрудничестве с Центром искусств *Burchfield-Penney*. Его начертание было вдохновлено шрифтами книг и периодическими изданиями так называемого движения «Рофкройт», разработанными художником Дардом Хантером в 1900–1910 гг. Дард Хантер был одним из самых влиятельных графических дизайнеров, работающих в рамках американского ответвления движения «Искусств и ремесел».

Шрифтовой алфавит «Искусства и ремесел» (*Arts and Crafts*) также основан на знаменитом венском стиле Дарда Хантера. Он содержит пять шрифтовых вариантов с различными лигатурами во всех начертаниях. В это шрифтовое семейство также входят два дополнительных варианта – *Hunter* и *Tall* и два декоративных орнаментальных шрифта. (Прил. 11, рис. 6).

По-прежнему актуальными остаются и шрифтовые разработки прошлого века, среди которых – упомянутые ранее шрифты Эда Бенгуята. Их востребованность достаточно высока, в том числе и в среде пользователей кириллического алфавита.

Одной из ведущих студий, занимающихся разработкой кириллических версий шрифтов стиля модерн, является компания *Paratype*, основанная в Москве в 1989 г. Среди огромного количества шрифтовых гарнитур компании отметим возрожденные шрифты модерна – *Herold*, *Secession*, *MorrisModern*, *Etienne* (Прил. 11, рис. 7).

В 2008 году типографом Реем Лэреби, основателем канадской тайп-студии *Typodermic*, был разработан шрифт *Carouselambra*. Он был создан в знак уважения к шрифту на обложке грампластинки рок-группы *Led Zeppelin «Houses of the Holy»* и имеет сходство со шрифтом *ITC Willow*: двойные перекрестия и поднятые вверх соединительные элементы букв. Сам логотип группы Led Zeppelin, используемый с 1973 года, также отличается необычным шрифтом в стиле модерн. В логотипе каждый символ уникален, а одни и те же буквы представлены в разных вариантах.

Эта же студия презентовала *Strange Alphabets* – узкий шрифт, вдохновленный оформлением книжных обложек конца 1900-х гг. и использованный при создании логотипа группы *Siouxsie & the Banshees* в начале 1980-х гг. Отметим также шрифт *Mahavishnu* – пластичный шрифт, вдохновленный обложками альбомов грампластинок музыкальной джаз-роковой группы *Mahavishnu Orchestra* 1970-х гг. (Прил. 11, рис. 8).

На сегодняшний день различные производители косметики, ювелирных изделий и продуктов питания делают попытки использования стилистики модерна в дизайне упаковки своих продуктов. Однако можно заметить, что некоторые бренды останавливаются на легкомысленном заимствовании отдельных элементов стиля, не обращая должного внимания на его основные принципы формообразования. То же можно сказать и о части шрифтовых гарнитур, стилизованных под шрифты эпохи модерна. Одной из причин этого можно считать многослойность теоретической базы стиля модерн, а также общая демократизация индустрии производства шрифта, что приводит к снижению общего уровня качества.

Однако необходимо отметить, что отдельные шрифтовые гарнитуры, вдохновленные произведениями модерна, заслуживают внимания как примеры ответственного подхода к проектированию шрифта (Прил. 11, рис. 9, 10). Отметим, что часть идей философии модерна была

отброшена «новыми типографами» как пережиток прошлого, однако другая была преобразована в принципы «Новой типографики». Такие же тенденцией можно считать и возвращение к самоценности искусства и авторской экспрессии в типографике «Новой волны». Таким образом, можно уверенно сказать, что, несмотря на короткий промежуток существования, модерн подготовил обширную теоретическую и стилистическую базу, которая послужила основанием для дальнейшего развития типографики XX века.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ.

1. Коммуникативный и шрифтовой дизайн [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://rus.paratype.ru/communicative-and-font-design. Дата доступа: 05.04.2022.
2. *Сарабьянов Д. В.* Стиль модерн. – М. : «Искусство», 1989.
3. *Герчук Ю. Я.* История графики и искусства книги. М : «Аспект Пресс», 2000.
4. *Чихольд Я.*/ Новая типографика. Руководство для современного дизайнера. Пер. с нем. М : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011.

ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДОЛОГИИ ДИЗАЙНА: МЕТОДЫ ПЕРВОГО ПОКОЛЕНИЯ

EVOLUTION OF DESIGN METHODOLOGY: FIRST GENERATION METHODS

П. С. Осипенко
P. Osipenko

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: polinauniver.polina@gmail.com

В статье рассматриваются методы первого поколения дизайна, которые разрабатывались в 1960–1970-х. Анализируются статьи Джона Кристофера Джонса, Кристофера Александера, Брюса Арчера и Джона Лакмана, взятые за период 1962–1967 годов. Их исследования объединяет общая область инженерного, архитектурного проектирования, промыш-

ленного и городского дизайна, где используются системные методы. Статьи писались в период «систематического проектирования» начала 1960-х годов, когда были разработаны систематические процедуры для общего управления процессом проектирования и систематические методы, которые использовались в этом процессе.

Ключевые слова: теория дизайна; методология дизайна; систематические методы; методы первого поколения.

In this article, I will review the methods of the first generation of design, which were developed in the 1960s and 1970s. I am reviewing articles by John Christopher Jones, Christopher Alexander, Bruce Archer and John Luckman, taken over the period 1962–1967. Their research is united by the general field of engineering, architectural design, industrial and urban design, where systems methods are used. In the early 1960s, when systematic procedures were developed for the overall management of the design process and the systematic methods that were used in this process. This was the period of "systematic design".

Keywords: design theory; design methodology; systematic methods; first generation methods.

В статье описан первый этап эволюции методологии дизайна. Анализ данного явления является важным с исторической точки зрения, кроме того, имеет дидактическую и пропедевтическую ценность.

В своем исследовании я опираюсь на идею Хорста Риттеля (*Horst W. J. Rittel*) 1973 года о существовании «поколений» методов [1, с. 15–27]. Риттель утверждал, что разработки 1960-х годов были системными методами «первого поколения» (*first generation*), а в 1970–1980 годах начали формироваться методы «второго поколения» (*second generation*). Предположение о том, что третье поколение методов 1990-х годов может быть основано на комбинации двух предыдущих, выдвинуто в статье Найджела Кросса (*Nigel Cross*) «История методологии дизайна» (*A History Of Design Methodology*) [1]. Оно основано на предложенной Кроссом модели (1989), базирующейся на понимании «коммутативной» (*commutative*, Брюс Арчер, 1979) природы проблемы и решения в дизайне.

Изучение эволюции методологии дизайна требует использования метода исторического анализа, следовательно, я буду рассматривать статьи Джона Кристофера Джонса (*John Chris Jones*), Кристофера Александера (*Christopher Alexander*), Брюса Арчера (*Leonard Bruce Archer*)

и Джона Лакмана (*John Luckman*) в хронологическом порядке, по мере их даты публикации. Кроме того, в статье будут использованы методы системного и структурного анализа.

Одной из первых задач, решаемых методологами проектирования первого поколения, была разработка новых систематических процедур проектирования. В начале 1960-х годов эти новые процедуры начали появляться во всех различных профессиональных областях дизайна.

Первым автором, который внес вклад в системный подход, является Джон Кристофер Джонс – известный валлийский дизайнер, теоретик дизайна. Статья Джонса «Метод систематического дизайна» (*A Method of Systematic Design*) 1962 года была одной из первых попыток предложить совершенно новый подход к дизайну [2, с. 9–33]. Однако Джонс не пытался пересмотреть все аспекты традиционного дизайна; его метод был основан на признании того, что интуитивные и иррациональные аспекты мышления играют в дизайне столь же важные роли, как и логические и систематические процедуры.

Метод систематического дизайна Джонса призван распознать и разделить два способа мышления с помощью четких, внешних процедур, вместо того, чтобы оставлять их в качестве внутренних мысленных битв для дизайнера. В частности, с помощью своего метода Джонс пытается освободить разум дизайнера, насколько это возможно, для случайных творческих идей или идей, оставляя систематические методы хранения данных, информации, требований и т. д вне его памяти.

По мнению Джонса, метод должен помочь:

1. оставить разум свободным для создания идей, решений, догадок в любое время, не стесняя его практическими ограничениями;
2. обеспечить систему обозначений, которая записывает каждый элемент проектной информации вне памяти, полностью отделяет проектные требования и решения друг от друга и обеспечивает систематические средства соотнесения решений с требованиями с наименьшим возможным компромиссом. Это означает, что в то время как разум переходит от анализа проблемы к поиску решения всякий раз, когда он чувствует необходимость, запись развивается в три отдельных этапа: анализ, синтез и оценка.

Системный подход заключается в использовании диаграмм, чтобы убедиться, что обнаружены все возможные взаимодействия, и диаграммы, чтобы прояснить модель отношений. Существует множество

математических и диаграммных методов выполнения этих действий. Диаграмма взаимодействия полезна для проверки, когда один фактор находится под влиянием других, чтобы выявить подзадачи.

Некоторые задачи можно решить с помощью простой арифметики, некоторые – с помощью использования технического чертежа. Для решения иных может понадобиться более продвинутая математика, стендовые испытания или выборка мнений. Для каждой решения проблемы существует своя методика. Насущная потребность, тем не менее, заключается в том, чтобы организовать информацию так, чтобы дизайнер мог принимать полезные решения.

Вторая статья принадлежит Кристоферу Александеру, британо-американскому архитектору и теоретику дизайна австрийского происхождения. Статья Кристофера Александера «Определение компонентов для индийской деревни» (*The Determination of Components for an Indian Village*) 1963 года, была написана на основании исследований его докторской диссертации и его же монографии «Заметки о синтезе формы» (*Notes on the Synthesis of Form*) [2, с. 33–57]. Часть этого исследования основывалась на биологических аналогиях организмов и окружающей среды для установления взаимосвязи между формами дизайна и их контекстами. Таким образом, его использование термина «среда» (*environment*) в этой статье относится к общему контексту проблемы, т. е. к требованиям дизайна деревни, которую он проектирует. Эта индийская деревня взята в качестве примера «города в миниатюре», поскольку именно городское планирование или городской дизайн находятся в центре его внимания.

Поскольку основные компоненты, на которые можно подразделить любой артефакт, определяют сущность этого артефакта, Александер обращается к «общей проблеме поиска правильных физических компонентов физической структуры» (*the general problem of finding the right physical components of a physical structure*). Он стремится концептуализировать новые компоненты; разрабатывать совершенно новые, более подходящие артефакты, структуры и системы. Например, новая структура города не может возникнуть в результате простой перестановки общепринятых традиционных компонентов. Поэтому задача Александера состоит в том, чтобы найти способ формулирования компонентов, который не полагался бы на предвзятые представления о том, какими должны быть эти компоненты; компоненты должны быть получены на основе тщательного анализа среды, в которой они должны соответствовать. Это заставляет его сомневаться в ценности большинства систематических

подходов к проектированию (таких как применение методов линейного программирования или теории принятия решений), которые берут существующие компоненты решения в качестве отправных точек и, следовательно, просто перестраивают те же самые компоненты.

Собственный метод разработки Александера начинается с нуля, с наблюдения за контекстом проблемы и исчерпывающего списка требований. Затем для каждой пары требований необходимо решить, взаимодействуют ли они между собой или являются зависимыми. Александер говорит о том, что два требования являются зависимыми, если все, что выполняется для существования одного, усложняет или облегчает выполнение другого, и по природе этих двух требований они должны быть связаны таким образом, а не случайны.

Задача проектирования города состоит не в том, чтобы спроектировать город в целом, а в том, чтобы создать набор компонентов, из которых может быть построена такая растущая, постоянно меняющаяся совокупность. Эти компоненты будут определяться двумя свойствами, которыми должна обладать совокупная система, чтобы поддерживать свою функциональную эффективность, расширяясь и изменяясь в соответствии с новыми потребностями и обстоятельствами. Первое свойство касается добавления в систему новых компонентов. Второй касается модификации и замены уже имеющихся в системе компонентов.

Александер приходит к утверждению следующей аксиомы: нежелательно добавлять нерегулируемое количество элементов в развивающуюся структуру. Необходимо добавлять только определенные хорошо интегрированные единицы, которые имеют надлежащее отношение к функционирующему целому на данный момент. Невозможно изменить или заменить произвольно выбранные части функционирующего целого, но только единицы, которые достаточно хорошо интегрированы, чтобы функционировать как единицы или составные части целого.

Подсистемы контекста задачи затем выводятся путем разделения связанных требований на независимые подмножества. Александер разработал для этого компьютерный метод, основанный на теории графов. Результатом является формулировка набора требований подсистемы среды; оставшаяся задача – разработать компоненты, соответствующие подсистемам. В примере с индийской деревней Александер перечисляет сто сорок одно базовое требование. Следуя его методу, они сгруппированы в двенадцать независимых второстепенных подсистем, которые можно объединить в четыре основные подсистемы. Для каждой подси-

стемы он предоставляет схематическую концепцию соответствующего компонента.

Третьим влиятельным вкладом в становление методологии дизайна стала серия статей Брюса Арчера «Системный метод для дизайнеров» (*Systematic Method for Designers*) 1965 года [2, с. 57–83]. Арчер – британский инженер-механик и профессор исследований в области дизайна в Королевском колледже искусств (*RCA*), который отстаивал необходимость исследований в области дизайна, основатель дизайн-исследований, способствовавший тому, что дизайн стал академической дисциплиной.

Сфера деятельности Арчера – это промышленный дизайн, и его вступительные комментарии о природе дизайна отражают эту ориентацию. Для него деятельность по дизайну основана на формулировании рецепта или модели, которые представляют намерение создать какой-то артефакт, и эта деятельность должна включать в себя некоторый «творческий шаг» (*the creative step*). Он поясняет, что систематическое проектирование не подразумевает автоматического проектирования, а также утверждает, что строгий анализ не обязательно приводит только к утверждениям очевидного – любая «очевидность» очевидна только в ретроспективе.

Модель процесса проектирования Брюса Арчера сложнее многих других. Его полный контрольный список содержит двести двадцать девять мероприятий, состоящих из девяти основных этапов – от «предварительных мероприятий» до «ликвидации». Однако в основе его модели лежит шестиэтапный процесс: программирование, сбор данных, анализ, синтез, разработка и коммуникация. «На практике, – пишет он, – стадии перекрываются и часто перепутаны, с частым возвратом к ранним стадиям, когда встречаются трудности и обнаруживаются неясности». Таким образом, его схематическая модель процесса проектирования содержит множество петель обратной связи. Если еще больше упростить его, то его модель сводится к «творческому бутерброду» (*a creative sandwich*) с центральной творческой фазой, зажатой между более объективными фазами анализа и выполнения.

Начальная аналитическая фаза процедуры систематического проектирования Арчера по существу включает: определение целей проектирования; определение ограничений; подготовка списка подзадач; и ранжирование подзадач. Каждая подпроблема может быть решена характерным способом – с помощью оперативных исследований, рабочих чертежей,

оценочных суждений и т. д. Но хотя каждая подпроблема может быть решена, чтобы получить оптимальное решение или даже область приемлемые решения, трудная часть задачи состоит в том, чтобы согласовать решения подзадач друг с другом. Часто, где оптимальное решение одной подзадачи вынуждает принять плохое решение другой, проектировщик вынужден решить, какой из двух должен иметь приоритет. Это влечет за собой постановку весь комплекс подсистем в порядке важности, часто называют «ранжированием». Упорядочивание рангов – это деятельность, в которой люди могут стать чрезвычайно искусными, учитывая достаточный опыт. Ранжирование разнородных факторов очень сложно определить, однако, логическими или математическими методами. Арчер настаивает на том, что для дизайнера «нет иного выхода», кроме творческого формулирования собственных дизайнерских идей.

Четвертый автор Джон Лакман, к идеям которого я обращусь, – теоретик дизайна, сотрудник в *IBM*.

Есть несколько общих черт во взглядах на дизайн Арчера и Лакмана, хотя контекст исследований последнего – архитектурный дизайн, а его точка зрения – это точка зрения оперативного исследователя. Идеи Лакмана изложены в его статье «Подход к управлению дизайном» (*An Approach to the Management of Design*) 1967 года [2, с. 83–99].

Лакман делает упор на анализе информации, требований и ограничений, которые проектировщик с помощью своего опыта переводит в потенциальные решения, соответствующие требуемым характеристикам производительности проектируемого артефакта. Он также настаивает на том, что «в процессе, чтобы его можно было назвать дизайном, должно быть заложено некое творчество или оригинальность», и что «если альтернативные решения могут быть записаны с помощью строгого расчета, то происходивший процесс не является дизайном» [2, с. 83–99].

Модель процесса проектирования Лакмана основана на трехэтапном процессе анализа-синтеза-оценки. Однако он считает, что это не простой, полный, линейный процесс, а то, что он повторяется на разных уровнях детализации проекта; проектировщик постоянно проходит через анализ-синтез-оценку, переходя от более общих уровней проблемы к более конкретным. На каждом уровне, как сделал выводы Лакман из наблюдений за архитекторами, компоненты решения всегда в значительной степени взаимозависимы, и поэтому трудность дизайнера заключается в поиске совместимого набора. Уровень является синонимом подзадачи в общей проблеме, где необходимо принять набор взаимосвязанных

решений, и на каждом уровне в большей или меньшей степени используются этапы анализа, синтеза и оценки. Для большинства более ранних уровней этап оценки выполняет функцию индикатора удовлетворительных направлений развития на следующем уровне. Любые принятые решения становятся частью входа на следующий уровень, и, естественно, могут возникать ситуации, когда лучше не выделять одно возможное решение, а оставить несколько идей открытыми, чтобы можно было более тщательно исследовать следующий уровень. Поступая таким образом, дизайнер оставляет открытой возможность использовать обратную связь с более ранними уровнями. Широкая общая модель не противоречит здравому смыслу, поскольку большинство проблем проектирования невозможно полностью понять, не предприняв логического шага, пытаясь разбить их на подзадачи, которые являются настолько независимыми, насколько это возможно. Затем общее решение строится из решений подзадач, шаг за шагом. Нет гарантии, что оптимальные вспомогательные решения объединятся в общее оптимальное решение.

Именно к этой проблеме Лакман обратился с помощью своей методики систематического проектирования *AIDA* – анализа взаимосвязанных областей принятия решений. «Область принятия решения» возникает там, где на любом уровне детализации существует ряд приемлемых «подрешений» (*sub-solutions*) для конкретной подзадачи.

Метод *AIDA* позволяет дизайнеру определять совместимые наборы дополнительных решений и, таким образом, делать «одновременные» выборы, а не последовательные. Несмотря на его веру в роль творчества в дизайне, по словам Лакмана, *AIDA* на самом деле является систематическим методом для стадии синтеза. Это расширяет количество решений, которые должны быть рассмотрены на стадии оценки, вместо традиционной зависимости от рассмотрения только нескольких потенциальных решений или даже просто первого возникающего решения.

Если мы рассмотрим эти четыре вклада Джонса, Александера, Арчера и Лакмана в разработку системного подхода к дизайну, несколько общих аспектов станут совершенно ясными. Например, причины появления и необходимость таких систематических подходов во многом совпадают. В конце 1950-х и начале 1960-х годов наблюдался рост технологических изменений и сопутствующее усложнение задачи дизайнера. Александер говорит о том, что «изменения в технологиях и привычках жизни происходят все время быстрее», а Лакман говорит о «быстро меняющемся технологическом мире». По словам Джонса, цели система-

тических процедур проектирования состоят в том, чтобы «уменьшить количество ошибок проектирования, повторного проектирования и задержек» и сделать возможным более творческий и продвинутый дизайн. И, согласно Арчеру, «систематические методы проявляются в одном или нескольких из трех условий: когда ... последствия ошибки серьезны; когда высока вероятность ошибиться; и / или когда количество взаимодействующих переменных настолько велико, что точка безубыточности между затратами на человеко-час и затратами на машинный час пройдена» [2, с. 57–83].

Таким образом, существует общая озабоченность по поводу повышения как эффективности, так и надежности процесса проектирования перед лицом возрастающей сложности задач проектирования. Эта общая проблема приводит к значительной общности подхода. В частности, всеми четырьмя авторами акцент делается, во-первых, на обширном исследовании проблемы и анализе для выявления всех факторов, которые необходимо учитывать, а во-вторых, на систематическом установлении взаимосвязей между всеми этими факторами, чтобы все подзадачи были устранены и идентифицированы. Все они также используют общий подход: сначала разбивают общую проблему на подзадачи, а затем пытаются синтезировать полное решение, комбинируя частичные решения. Тот факт, что в четырех различных областях – инженерном проектировании, городском дизайне, промышленном дизайне и архитектурном проектировании – рекомендуются подобные подходы, поддерживает идею о том, что существует общий процесс проектирования. Таким образом, идеи рассмотренных авторов остаются актуальными по сегодняшний день, так как они внесли существенный вклад в методологию дизайна и повлияли на последующие методы, которые разрабатывались позднее.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Cross N.* A History of Design Methodology // Design Methodology and Relationships with Science / eds. M. de Vries, N. Cross, D. Grant. Dordrecht : Kluwer Academic Press, 1993.
2. *Cross N.* Developments in Design Methodology. Hoboken : Wiley, 1984.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ И ФУТУРИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРСЫ АРТ-ЯЗЫКА ВТОРОЙ МОДЕРНОСТИ

ECOLOGICAL AND FUTURISTIC DISCOURS OF THE ART-LANGUAGE OF THE SECOND MODERNITY

Э. А. Усовская
E. Usovskaya

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
elina-rain@mail.ru

В статье анализируются содержательные контексты дискурсов арт-языка второй модерности, под которой понимается культура первой половины XXI в. Среди одних из значимых являются экологический и футурологический, которые тесно связаны с концептами, проблемами и практиками телесности, духовности, мышления, деятельности, демократии, идентичности. Язык экологического дискурса ярко выражен в культурологии и философии транс- и постгуманизма, в арт-практиках многих художников, галерей и музеев. Футурологические концепты органичны проблематике экзистенциального характера, антиутопичности, с одной стороны, и оптимистичности – с другой.

Ключевые слова: культур; вторая модерность; экология; арт-практика; футурология; искусство.

The article analyzes the content contexts of the discourses of the art language of the second modernity, which is understood as the culture of the first half of the 21st century. Among some of the most significant are ecological and futurological, which are closely related to the concepts, problems and practices of corporality, spirituality, thinking, activity, democracy, identity. The language of ecological discourse is clearly expressed in cultural studies and the philosophy of trans- and post-humanism, in the art practices of many artists, galleries and museums. Futurological concepts are organic to the problems of an existential nature, dystopianism, on the one hand, and optimism, on the other.

Keywords: cultures; second modernity; ecologists; art practice; futurology; art.

Культура постмодерна инициировала создание новых социальных и культурных моделей, как и истории, художественных практик, альтернативных модерну, часть из которых оказалась способной интегрироваться в уже существующие ценностно-культурные, социальные, экономические модусы или, наоборот, подстроить их под себя. Это не значит, что новая, или вторая, модерность отвергла модернистские новации или вообще сам тип (типы) этой культуры, особенно позднего модернизма, но интерпретировала их по-своему, добавляя или отрицая уже сложившиеся концепты и способы их реализации. Поэтому сегодня мы встречаемся с целым веером возможностей арт-практики и теории с их духом релятивизма и свободы, а также со способностью современного искусства мгновенно реагировать на вызовы современной цивилизации и ее «болезни». Арт-активность сегодня выглядит как достаточно актуальный социальный ценностно окрашенный инструмент, наполненный рефлексией, мышлением. Это значит, что проблематика художественного пространства является проблематикой современного мира.

Однако, каков этот мир и его векторы развития, впрочем, как и само наименование периода, в котором располагается заявленная вторая модерность, сказать сложно. В целом, культура и общество уже в 1990-х, не говоря о 2000-х гг. вызывали и вызывают трудности в осмыслении и принятии. В частности, З. Бауман писал о радикальном отличии нового общества от всех предшествующих форм человеческого существования: «На [современной] стадии… мы вступили на территорию, которая никогда не была населена людьми, – на территорию, которую культура в прошлом считала непригодной для жизни» [1, с. 316]. Непригодность объясняется полностью разбалансированным состоянием частных, личных интересов и потребностей общества. Тем не менее в социуме осуществляется диалог, но имеющий свою специфику, которую еще предстоит исследовать.

Можно сказать, что сложность мира, как и его «текучесть» рождает многомерность и неоднозначность самой художественной среды, искусства, дизайна, которые не могут не быть частью социально-культурного нарратива.

Среди тем, находящихся в поле зрения современного арт-дискурса, по-прежнему актуальное место занимает экологическая, социальная, гендерная, скорее, гендер-квир проблематика, темы мира и войны, свободы и дискриминации, постколониального сознания и мышления. В данной статье мы обратим внимание на двух проблемах – экологии

и прогнозировании, точнее, теме будущего. Эти два дискурса, как показывает реальность, не могут существовать сами по себе. Они переплетаются между собой, включая одновременно самые разные контексты, срезы, тенденции человеческой и общепланетарной жизни.

Экологическая проблематика, ставшая одной из любимых тем мировой современной художественной культуры, существенно расширила свой диапазон. Она уже представляет собой не только нарратив о загрязнении окружающей среды, призывает к раздельному сбору мусора и его утилизации и т. д., но и выражает глубокое понимание целостности, коэволюционности, «симпоэзисе» (термин Д. Харауэй) человеческой и природной жизни. Существование человечества и всей Земли видится как становление-с, то есть во взаимосвязи и переплетении, невозможности бытия одних существ без других: «Становление-с – это, как партнеры (в терминах Венсиан Депре) наделяют друг друга спосоностями. Онтологически гетерогенные партнеры становятся теми, кто и что они есть в реляционном материально-семантическом мирении. Природы, культуры, субъекты и объекты не существуют прежде своих запутанных мирений» [2, с. xi].

Экологическая арт-активность является частью разного рода текстов – выставок, конференций, проектов, перформансов, которые нередко составляют общий текст. Так, выставки арт-объектов сопровождаются различными активностями, в том числе и научными дискуссиями, выступлениями специалистов во многих областях экологического дискурса. Сегодня большинство мировых компаний стремятся к сотрудничеству с экологами, а те, в свою очередь, активно взаимодействуют с арт- и дизайн-средой. Большой вклад в развитие программ экологического равновесия и охраны окружающей среды вносит созданная нидерландским графическим дизайнером Рихардом ван дер Лакеном международная платформа *What design can do?* («Что способен сделать дизайн?»), которая позволяет уже много лет проводить дискуссии, конкурсы и круглые столы. Эффективность сбережения природных ресурсов включает и удобство, доступность, эстетичность предметов потребления. Экология, искусство и потребности людей способны уживаться и дополнять друг друга.

Можно сказать, что большинство мировых галерей и музеев отреагировали на актуальность экологической проблематики как системного явления достаточно ярко и масштабно. Так, главный приз Венецианской биеннале – «Золотой лев» был вручен Литве за экологическую опе-

ру-спектакль «Солнце и море (Марина)», авторами которого стали художница и композитор Лина Лапелите, драматург Вайва Грайните и театральный режиссер Ругиле Барзджюкайте (2019 г.). Каждый из двадцати задействованных профессиональных певцов «рассказывал» собственные истории, сливающиеся в единый хор, о мире природы и человеке в нем: кто-то жаловался на Рождество без снега, у кого-то вызывало обеспокоенность обеднение флоры и фауны на Земле. Происходящий перформанс на пляже, где время и события текут безмятежно и ленно, стал метафорой бездейственности, нерешительности в реализации программ экологической безопасности.

Интерес представляет и масштабный выставочный проект «Грядущий мир: экология как новая политика. 2030–2100», представивший работы художников разных стран мира в Музее современного искусства «Гараж» в Москве (2019 г.). По сути, он был наполнен размышлениями о будущем человечества, оценить и предположить которое оказалось намного сложнее прогнозов Артура Кларка. Экспозиция отражала и ту степень неопределенности, с которой столкнулся мир второй модерности, его неоднозначность и непредсказуемость.

В деятельности знаменитой белорусской национальной галереи «Ў» экологический дискурс имел также немалое значение. Об этом, в частности, свидетельствует один из проектов «Островец культуры» (2017 г.), выполненный художниками из Беларуси, России, Польши и Чехии, и был посвящен строительству атомной станции. Экспозиция представляла собой фактически фантазию-путешествие, где блоки станции превращались в пространство музеев и галерей.

Тема увядания и исчезновения с лица земли живого маркируется в объектах японского художника Азума Макото. «Замороженные цветы» – проект, состоящий из 16 ледяных блоков с помещенными в них цветами, иллюстрирует эту угрозу. Испанский скульптор Исаак Кордал с присущей его работам иронией подчеркивает дистанцированность политиков от реальных шагов по решению проблемы глобального потепления в инсталляции «Политики обсуждают глобальное потепление»: они продолжили дискуссию и тогда, когда окружающее пространство города уже оказывалось под водой. Ему вторят работы аргентинского художника Педро Марцорати, в частности, «Там, где приливы и отливы» (лэнд-арт, парижский парке Монсури). Как предупреждение о всеобщей катастрофе выглядят едва выступающие на поверхности пруда синие головы людей.

Последние три года эко-арт, экологическая проблематика как социально-культурная и политическая реальность рассматриваются как системное явление и в связи с наступлением новой угрозы – пандемии *COVID*. Нельзя сказать, что человечество не переживало в недавнем прошлом масштабных катастроф пандемического плана – «чума» конца XX в., СПИД, стала серьезным вызовом для человечества. Но масштабность и глобальность ковида с новой силой напомнили о хрупкости существования людей, их зависимости от природы и от последствий собственной деятельности. В этой связи Рози Брайдотти отмечает: «Пандемия COVID-19 является техногенной катастрофой, вызванной чрезмерным вмешательством людей в экологический баланс и жизнь множества видов…Эмоциональный и социальный климат, в котором мы находимся, требует смирения и сотрудничества; он противостоит обобщениям и авторитарным антропоцентричным предписаниям» [3]. Пожалуй, осознание взаимосвязи между пандемией и экологией, потребительством и болезнями на какое-то время заняло центральное место в жизни стран и сообществ, продемонстрировало понимание единства мира и необходимость решения вопросов о физическом существовании человечества совместными усилиями.

I Триеннале «Концепт» (2021 г., Беларусь) Белорусского союза художников, охватившая самые разные темы и практики, во многом вторила названной проблематике, расширила экологический нарратив до социальных, ментальных и пандемических угроз. Примером может служить инсталляция Татьяны Маклецовой «Экзистенциальный кризис» (2019–2020), которая вовлекала зрителей в процесс психологической, экзистенциальной рефлексии, ставила вопрос об адаптации к условиям «новой» жизни в эпоху ковида. Безликие фигуры инсталляции в защитных одеждах стали символом общего состояние человека и человечества, поиска выхода из пандемического коллапса, сопровождающегося социальными, политическими и другими последствиями и ограничениями.

Ситуация зыбкости и неопределенности второй модерности подчеркивает важность и такой проблемы, как духовное здоровье личности и человечества в целом. Она выступает в синергии с экологическим здоровьем, сознанием и мышлением индивида. Здесь мы имеем в виду, конечно, этические ценности и нормы, основу которых составляют гуманистические ценности (не антропоцентристские), общечеловеческие демократические принципы. Однако категория здорового столь же размыта, как и сама эпоха нестабильности, и рождает полемику вокруг того,

что таковым считать или не считать. К тому же стремительное развитие дигитальных и иных технологий, потрясения цивилизации, вызванные терроризмом, войнами, в том числе и идущей сегодня в центре Европы, пандемиями, актуализирует проблему, что значит «быть здоровым». Этот тезис касается и духовного, психологического, и физического здоровья, а также неотъемлем от нравственных принципов и норм, относится к проблематике идентичности во всех ее проявлениях. Решение этих вопросов лежит в самых разны плоскостях – от целых культурантропологических направлений и доктрин до повседневной моды, эстетики моделей поведения, художественных текстов.

Постмодернистский тип культуры продолжил ревизию и интерпретацию гуманизма как парадигмы, ставящей человека над окружающим миром, поместив его в контекст становления-с, о чем мы писали выше. Новая модерность продолжает развивать этот концепт в различных нарративах, в том числе в постгуманизме и трансгуманизме. Обе эти доктрины дискуссионны и требуют дальнейшего уточнения. Если все же попытаться провести границу в сущностных отличиях между ними, то скорее всего, постгуманизм будет ориентироваться на внутреннее совершенствование человека, преображение его сознания, в том числе направленного на экологичность и коэволюцию. При этом, данный концепт не придерживается классических антропоцентрических подходов, если под ними понимать доминирование человека над окружающим миром. Трансгуманизм с одной стороны, отвергает антропоцентристские основы гуманизма, с другой, наделяя человека исключительными возможностями в развитии собственных интеллектуальных способностей, совершенствовании тела, помещает человека в пространство техносферы, отрывая его от природы. Это приводит к феноменологическим трансформациям телесности, разума, гибридизации и киборгизации. Техногенные, дигитализационные и иные изменения явились, по-видимому, теми точками сингулярности, которые еще в конце XX в. породили веер последствий, с которыми мы сталкиваемся сегодня.

Теория и практические исследования человека в рамках трансгуманизма, исходя из анализа, в частности, деятельности Р. Курцвейла, осуществленного П. Н. Барышниковым, свидетельствуют о синтетическом и всеобъемлющем характере изменений человека в его родовом понимании и включают в том числе аболиционизм, демократический трансгуманизм, экстропионизм, иммортализм, техногайанизм и другие стратегии человеческого бытия и формы духовности [4, с. 102].

Полемика вокруг трансгуманизма и постгуманизма продолжается, включая «за» и «против», что нашло отражение в сборнике «Трансгуманизм и его критика», вышедшем в свет еще в 2011 г. [8]. Серьезную озабоченность рядом трансгуманистических идей, касающихся «улучшения» человека высказал и Фрэнсис Фукуяма: «Есть три основные категории возможных возражений: 1) основанные на религии; 2) основанные на утилитарных соображениях и 3) основанные на философских (за неимением лучшего термина) принципах» [5, с. 128–129]. Наиболее сложным оказался вопрос о правильности, этичности и необходимости вмешательства в человеческую, в том числе и сексуальную, природу. В этой связи американский ученый полагает, что существуют фундаментальные аргументы в сторону невмешательства в естественный порядок вещей, тем более, что необдуманная эксплуатация человеком экологических ресурсов уже привела к угрожающим последствиям и необходимо помнить, что «каждая экосистема есть взаимосвязанное целое, сложность которого мы зачастую недопонимаем» [5, с. 142]. В полной мере это относится и к человеку, который есть часть единой экосистемы.

Трансгуманистические идеи, как и реалии «киборгизации» человека находят свое выражение в разного рода медицинских и других трансформациях, вызванных как жизненной необходимостью, так и модой. Речь идет об эстетическом аспекте трансгуманизма, сближающегося в определенной степени с постгуманизмом и нашедшем воплощение в разных направлениях художественного (и не только) нарратива. Это, прежде всего, боди-арт, био-направление в *Net-арте* и многие другие практики. Вопрос о том, на самом деле сближает ли это человека с природой, создавая причудливые образы полулюдей-полуживотных, мутантов, фантазийных героев, или является способом психологической адаптации, поиском неких альтернативных моделей поведения остается открытым.

Нередко телесные модификации рассматриваются как форма индивидуального освобождения, направленного против изначальной предзаданности человека как существа разумного, социального или природного, с одной стороны. С другой, и пожалуй, это главное, в качестве протеста, адресованного капитализму, посткапитализму, эксплуатации и т. д. В этой связи уместно привести соображение А. Негри и М. Хардта, которые писали: «Признание того, что человеческая природа никоим образом не отделена от природы в целом, что не существует строгих и необходимых границ между человеком и животным, человеком и машиной, мужчиной и женщиной и так далее; это признание того, что сама

природа является искусственной сферой, открытой всем новым мутациям, смешениям, гибридизациям» [6, с. 204]. Однако сложно представить, что именно с помощью пирсинга, шрамирования, татуажа, эстетических экспериментов можно прийти к подлинной свободе личности и общества. Скорее, данные практики являются ее имитацией, симулякром, но продуцирующим иной язык, в том числе, художественный.

Практический и эстетический трансгуманизм более чем рельефно отражается в исследованиях и работах дизайнера, искусствоведа Наташи Вита-Мор, основательницы проекта *«Primo Posthuman»*, а также активностях, которые включают в себя лекции, семинары, перформансы, демонстрирующие, что время киборгов и высоких технологий уже наступило. Речь, в частности, идет о Петербургском *«Geek Picnic»* 2015 г., в котором были представлены музыкальные сеты, лекции ведущих искусствоведов, ученых, в частности, Наташи Вита-Мор ««Что дальше? Бионаука и спектр технологий регенеративной жизни», косплей, визуальные медиапроекты и многое другое.

Однако, что вполне очевидно, художественный дискурс далеко не всегда соответствует или автоматически отражает некую тенденцию или доктрину. Его размышления подчас масштабнее, актуальнее и обладают так называемым опережающим характером, инициирующим острые вопросы и их решения. Так, образы телесности разворачиваются в плоскости отношений между людьми, гендерных связей, идентичностей, проблематизации глобальных вызовов. Здоровье, мораль, свобода, этика, война, убийство, тело, любовь – связаны между собой и представляют разные грани человеческой жизни.

Возможно поэтому в последние годы многие художники возвращаются к вечным темам, экзистенциальным по сути. Поиск природного, естественного начала между человеком и окружающим миром животных и растений, стихий, между мужчиной и женщиной, людьми как таковыми ощущается как фронтальная тема в фоторабОтах шведско-британского художника *AdeY* (*Striking minimalism photographs capture dances in the nude*, 2020). Перформативность, ирония, провокационность ряда проектов не мешают зрителям наслаждаться красотой человеческого тела без нарочито подчеркнутой сексуальности. AdeY, в частности, писал: «Создаваемые мной изображения никогда не носят сексуального характера. Они никогда не говорят о сексе и не вызывают сексуального подтекста. Они о равенстве, любви, связях, принятии и преодолении стигм, связанных с однополыми отношениями» [7].

Вопрос о будущем человека, природы и жизни продолжает оставаться самым значимым и фокусирует внимание на проблеме, каким будет человек и жизнь как таковая. Представления об этом собирают воедино и телесный, и экологический, и футурологический и другие нарративы.

Прогнозирование по-прежнему занимает первоочередные позиции в экономическом, социальном, художественном дискурсах, в целом, относятся к культурантропологическому, экзистенциальному корпусу мышления и деятельности. Оно варьируется от веры в светлое человеческое будущее с его цифровыми и космическими технологиями до антиутопических предсказаний, предупреждающих о возможных (и уже ставших реальностью) последствиях в виде глобального авторитаризма-тоталитаризма, резко выраженной социальной дифференциацией, дискриминацией и т. д.

Футуристический пафос «нового человека», киборга со всеми «за» и «против» хорошо иллюстрируется киберпанком и посткиберпанком – их культурфилософской, социально-политической и эстетической феноменологией. Из жанра научной фантастики они превратились во вполне фундаментальные рассуждения о будущем, антиутопическом по сути с последующими дискуссиями о судьбах планеты, человечества, виртуальности, цифровизации и т. д., дав искусству, культурным и иным исследованиям различные формы и направления рефлексии. Так, дизайн и скульптурные инсталляции британского художника Доминика Элвина порой выглядят как предупреждение о том, что «что-то может пойти не так» в развитии и облике человека будущего. Использование отходов информационной деятельности человека – жесткие диски, провода, вышедшие из употребления детали – подчеркивают искусственность, сконструированность индивида, превращающегося фактически в машину, механизм.

Безграничные возможности человека в освоении космического пространства, пафос открытий новых миров звучит в фэнтези и магическом реализме. Причудливые миры Джима Бёрнса, Тима Уайта, Роберт Маккола впечатляют своей многомерностью.

Наиболее яркое воплощение футурологический арт-дискурс получил в литературе и кинематографе. «Бегущий по лезвию бритвы» Ридли Скотта стал основой для многих постапокалиптических лент XXI в. и пролонгировал сюжеты и образы, тесно связанные с концептами потребления, симулякризации, техницизма, будущего. Не менее значимыми стали романы Нила Стивенсона «Лавина», «Алмазный век, или

букварь для благородных девиц», «Смешение» и другие, наполненные реминисценциями, отсылающими к уже имеющимся темам, штампам, романам, прошлому и будущему.

Пожалуй, сегодня не столь важным является, к какому направлению относятся «Матрица», «Особое мнение» или «Эквилибриум», «Книга Илая», «Голодные игры» и многие другие кинематографические нарративы, многочисленные романы или арт-объекты, сколько насыщенность культуры второй модерности жанрами и течениями, подтверждающими страхи и надежды людей о будущем.

Будущее в настоящий момент истории снова развернулось в точке самых «простых» проблем – физического существования тысяч и миллионов людей. Речь идет о фундаментальных правах человека на жизнь, которая вновь стала первоочередной для мира.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Бауман З.* Индивидуализированное общество. М. : Логос, 2005. 2. Харауэй, Д. Оставаясь со смутой. Заводить сородичей в Хтулуцене; пер. с англ. А. Д. Писарева. Пермь : ГилеПресс, 2020.
3. *Брайдотти Р.* «Мы» здесь вместе, но мы не одно и то же [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://syg.ma/rozi-braidotti-my-zdies-vmiestie-no-my-nie-odno-i-to-zhie. Дата доступа: 12.01.2022.
4. *Барышников П. Н.* Типология бессмертия в теоретическом поле французского трансгуманизма // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2014. № 1 (7). С. 98–127.
5. *Blackford R., Bostrom, N.* Transhumanism and its Critics. Philadelphia : Metanexus Institute, 2011.
6. *Фукуяма Ф.* Наше постчеловеческое будущее: Последствия биотехнологической революции; пер. с англ. М. Б. Левин. М. : АСТ; Люкс, 2004.
7. *Хардт М.* Негри. Империя. М. : Праксис, 2004.
8. Без цензуры: обнаженные фотографии AdeY, которые блокирует Instagram // Creative boom [Электронный ресурс]. Режим доступа : https://creativeboom.ru/vdohnovenie/fotografiya/. Дата доступа: 23.09.2021.

РАЗДЕЛ 5
ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНЕ

ВЛИЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОГО МЕДИА НА СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

IMPACT AND PROBLEMS OF DIGITAL MEDIA ON MODERN EDUCATION OF DESIGN STUDENTS

Е. В. Гильмутдинова, О. В. Лимаренко
E. Gilmutdinova, O. Limarenko

Уфимский государственный нефтяной технический университет
г. Уфа, Россия
Ufa State Petroleum Technological University
Ufa, Russia
e-mail: e-lena86@mail.ru; olgabelova.83@mail.ru

В статье рассмотрено влияние социальных сетей на современное образование студентов-дизайнеров. Влияние цифровой среды на творческий потенциал обучающихся. Показана необходимость правильного подхода и грамотного применение интернет источников в образовательном процессе.

Ключевые слова: медиа технологии; социальные сети; интернет источники; дизайн образование; цифровые технологии; информационный шум.

The article examines the impact of social networks on the modern education of design students. The influence of the digital environment on the creative potential of students. The need for a correct approach and competent use of Internet sources in the educational process is shown.

Keywords: media technologies; social networks; Internet sources; design education; digital technologies information noise.

От глубины эстетического содержания до демонстрации художественных достижений новаторство образовательной программы должно

быть научным, гибким и характерным для современного мира. Отрегулировать пропорциональное соотношение теоретического блока и практических занятий, необходимо для развития у студентов всесторонних способностей художественного проектирования. В современной образовательной среде преподаватели используют и внедряют цифровые медиа технологии в процесс обучения, чтобы студенты глубоко понимали, что в условиях непрерывного развития инновационного века творческие проекты не могут обойтись без поддержки технологий. А взаимодействие технологий и искусства также влияет на новаторские концепции мышления и модели познания обучающихся.

Быстро растущее присутствие цифровых медиа в образовании вызывает вопросы о том, как именно этот материал влияет на обучение студентов. Обучаются ли сегодняшние студенты более или менее в результате применения новых инструментов и средств массовой информации? И какие студенты извлекают наибольшую пользу? Предложенная гипотеза автора С. Л. Талановым что: «Роль социальных сетей на успеваемость студентов носит как положительное, так и отрицательное влияние. Для студентов, которые имеют развитые навыки, знания и умения в сфере поиска и обработки информации, а главное, осознанно выбрали направление обучения и образовательное учреждение, социальные сети способствуют повышению успеваемости. Студенты, поступившие по доводу «Все равно в какой вуз и направление обучения», социальные сети являются способом ухода от реальности» [1, с. 90] отвечает на эти вопросы.

В сфере высшего образования массово организовываются онлайн-курсы, которые вызывают споры о судьбе традиционного университета. Среди множества проблем, связанных с дистанционным обучением студентов, можно выделить основные:

- как экранные технологии влияют на грамотность и приобретение знаний;
- потребность в медиа и цифровой грамотности;
- доступность цифровых ресурсов в библиотеках;
- обучены ли преподаватели интегрировать цифровые инструменты в свое обучение;
- как расширить доступ студентов к медиа-наставникам, которые могут помочь им выбрать подходящие материалы и инструменты, соответствующие их учебным потребностям.

Сегодня кажется, что многие люди, занимающиеся наиболее инновационной работой в области цифровых медиа и обучения, либо находятся на периферии академических кругов, либо покинули профессию. Разработка парадигмы совместного обучения требует приверженности делу, улучшения обучения в сочетании с принятием инноваций и изменений со стороны учебных заведений. Руководители высшего образования принимают решение стать частью сети, которую уже сформировали наши студенты, и извлечь выгоду из возможностей обучения, которые она предоставляет.

С появлением технологий в образовании и их влияние наблюдается множество инновационных изменений в методиках обучения. Образовательные учреждения совершенствуют свои системы, чтобы повысить академическую требовательность. Университеты используют социальные сети в процессе преподавания и обучения, чтобы найти новую ценность для создания подходящего обучения среди студентов.

Внедрение социальных сетей (СС) уступает место развитию новой образовательной системы. Студенты часто обмениваются мыслями и знаниями друг с другом в СС. С другой стороны, преподаватели предлагают онлайн-курсы и собирают ценную информацию через Интернет-ресурсы. Воздействие СС на образование растет день ото дня. Это меняет общий образовательный опыт студентов. С внедрением цифровых медийных технологий реализация образовательных программ улучшилась. В цифровом мире обучающийся совсем другой. Он думает и действуют иначе, он более взаимосвязан с цифровой средой и лучше информирован. «Информация – это ценность не самого высокого, уровня. Для того чтобы получить собственно знание о мире и о человеке, нужно переработать большой объем информации и обладать мышлением. Еще более высокая гуманитарная ценность – это развитие самого человека, а не только его знаний. Развиваясь сами, информационные сети способствуют развитию всего общества. Поэтому особенно важно понимать, что с их развитием роль человека, личности становится критичной. А это значит, что роль образования приобретает архиважный характер» [2, с. 488]. В современном взаимосвязанном мире влияние медиа индустрии на образование привлекает большое внимание. Оно развивается как мощный фактор, позволяющий получить конкурентное преимущество перед аналогичными учреждениями.

Цифровые медиа также оказывают и негативное влияние на студентов. Они становятся зависимыми от новой среды. Тратят много времени

на социальные сети. Отвлекаются от своей реальной цели в жизни и привыкают к СС. Это лишает их преимуществ – работа с профессиональными источниками информации и ограничение потенциала творческих способностей.

Студенты не могут работать самостоятельно для создания ценного контента. Чрезмерное использование социальных сетей искажает коммуникативные навыки. При общении им не удается сформулировать грамматически правильные предложения. В результате собеседник не понимает реального контекста разговора.

Однако в рамках профессионального обучения студентов творческих направлений подготовки использование СС и других интернет источников дает возможность к привлечению дополнительных ресурсов. С зарождением цифровой экосистемы обучение принимает новую кривую. Использование информации, взятой от неавторитетных и не проверенных сайтов, качество коммуникации в обучении и образовании уменьшается. В связи с этим возникают важные вопросы о влиянии медиа на повышение пользы процесса преподавания и обучения в университетах.

«С быстрыми темпами развития современных технологий растут и информационные ресурсы, публикуемые в глобальной паутине. С каждым днем появляются все новые и новые информационные материалы, которые превышают когнитивные возможности человека» [3, с. 330]. Современные сайты, которые специализируются на домашнем дизайне и декоре (*Elledecoration.ru*, *Homeandinteriors.ru* и другие), социальные каналы, такие как *Instagram* и *Pinterest*, и телевизионные сети предоставили миру круглосуточный доступ к дизайнерским идеям и вдохновению. Растущий интерес к дизайну – долгожданное и естественное развитие. Людям присуще влечение к красоте, и более широкое участие в процессе проектирования только обогащает результат. Проблема в том, что, хотя у каждого могут быть свои собственные идеи и мнения о дизайне, а также благодаря обилию бесплатных приложений для дизайна и недорогого программного обеспечения (*SketchUp*, *Sweet Home 3D*, *Homestyler*, *Planoplan*, *Дизайн интерьера 3D*, *Planner 5D* и другие), инструментов для его практического применения, не все являются дизайнерами. Отличный дизайн не рождается из тщательно подобранной доски в Pinterest или множества часов просмотренных шоу и передач. Напротив, это продукт образования и опыта, вдохновения и классического художественного образования. Преподаватели всегда работали над решением проблем внедрения новых, современных технологий и улуч-

шением профессионального опыта студентов. Это бесконечный процесс модернизации образовательной среды.

В ответ на COVID-19 меняется переосмысление аспектов искусственной среды. Это возросшее понимание дизайна в нашей культуре. «Появление Интернета и социальных сетей открыло множество возможностей подачи нужной информации, что теперь способствует развитию медиа сферы, торговли, новых видов деятельности и не только. С каждым днем человек поглощает огромное количество разнопланового контента, в результате чего происходит перенасыщение» [4, с. 124]. Социальные сети захватили общество множеством способов. Обилие информационного шума (Прил. 12, рис. 1) мешает адекватному и взвешенному восприятию информации. Освоение художественных направлений подготовки должно проходить с интегрированием языка художественного проектирования в дизайн цифровых медиа, что сможет не только позволить студентам использовать компьютерные технологии в достижении профессиональных компетенций, но и поможет создавать технологичные творческие проекты.

С одной стороны, бурный рост «дизайнерских» социальных сетей сразу становится доступным для всех, как любителей, так и профессионалов. Дизайнер действительно углубляется в их использование в качестве инструментов для вдохновения. Рассматриваемые референсы в интернет - источниках должны быть связаны с конкретными целями. Студенты не должны начинать с образов и пытаться создавать на их основе цели. Эта проблема, которую создают Pinterest и другие цифровые источники вдохновения. Упускаются ключевые моменты того, что студент пытается разработать, и просто идет, к конечному результату не подкрепляя профессиональным обоснованием свое принятие итоговых дизайнерских решений. Нужно понимать конкретную задачу и цель, как они работают, кого они хотят привлечь и удержать, каковы их видения на будущее, каким будет итог.

Безусловно, одно из преимуществ социальных сетей – это возможность менее авторитетных брендов и дизайнеров делиться своей работой. Большое количество информации от крупных производителей мебели, одежды, аксессуаров и т.д., но также можете «зайти» в Instagram и посмотреть, что производится на местном рынке. «В современном мире люди имеют возможность наблюдать за тем, как расширив в тысячи раз доступность информации, медиадизайнеры увеличили диапазон своей деятельности. В современных медиа параллельно могут сосуществовать

различные виды информации: текст, видео, звук, статическое изображение. Современные цифровые устройства позволяют каждому обрабатывать и создавать своего рода современные медиа: *instagram-блоги*, *youtube-каналы*, различные группы на *Facebook* и в *Twitter*» [4, с. 27]. Авторское исполнение действительно должно быть частью крупного монополитного пространства. Социальные сети – отличный способ найти эти новые ресурсы.

Таким образом, утверждение социальных сетей в образовании создало несколько проблем в обучении. Пока неясно, является ли их влияние полностью негативными для социального порядка, но, безусловно, в них есть некоторые преимущества, которые уверенно влияют на результаты обучающихся. Цифровые медиа и образовательные программы стали неотъемлемой частью обучающего контента. При разумном использовании и в более широком контексте дизайнерского вдохновения медиа индустрия может быть положительным опытом, но она не заменит тщательного исследования и профессиональной подготовки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Таланов С. Л.* Влияние социальных сетей на успеваемость студентов // Социально-политические исследования. 2019. № 3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-sotsialnyh-setei-na-uspevaemost-studentov. Дата доступа: 02.11.2021.
2. *Чванова М. С., Храмова М. В., Лыскова В. Ю., Михайлова Д. И., Моргунова А. Ю., Молчанов А. А.* Развитие социальных сетей и их интеграция в систему образования России // ОТО. 2014. №3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sotsialnyh-setey-i-ih-integratsiya-v-sistemu-obrazovaniya-rossii Дата доступа: 02.11.2021.
3. *Пахлеванян В. Г., Коваленко Б. С., Кравец Б. В., Бабенко А. А., Пахлеванян Г. Г.* Социальная сеть «ВКонтакте» как средство дополнительного исследования преподавателя и студента медицинского института // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2019. №2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-set-vkontakte-kak-sredstvo-dopolnitelnogo-pedagogicheskogo-vzaimodeystviya-prepodavatelya-i-studenta-meditsinskogo. Дата доступа: 02.11.2021.
4. Новые медиа для современной молодежи: матер. Междунар. научно-практ. конф./ под ред. Л. Е. Виноградовой, Е. Н. Туголуковой: сб. научн. ст. СПб.: ФГ-БОУВО «СПбГУПТД», 2019.

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ В ДИЗАЙНЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА БУДУЩЕГО

THE INFLUENCE OF INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES IN DESIGN ON THE FORMATION OF THE HUMAN IMAGE OF THE FUTURE

К. В. Годына
K. Godyna

Уфимский государственный нефтяной технический университет
Уфа, Россия
Ufa State Petroleum Technological University
Ufa, Russia
e-mail: Chris231098@gmail.com

В развитии личности молодых людей играют большую роль дизайн и современное искусство, но с одной значимой особенностью. Наиболее востребованной нишей становится проектирование интерфейсов и лендингов для различных источников сети Интернет. Возникла потребность изучить влияние данной среды на развитие личности, дабы исключить отрицательное влияние и развить позитивное веяние на итогового потребителя продукта. Рассмотрены современные ключевые направления дизайна в XXI веке, пользующиеся спросом у современного общества.

Ключевые слова: дизайн; искусство; информационное общество; тренды; развитие; общество; технологии.

In the development of young people, a large role of design and expressed art is manifested, but with one identified feature. The most demanded niche is the design of interfaces and landing pages for various Internet sources. There was a need for environmental impact on the development of the individual, so that the impact of a negative impact and a positive impact on the results of the consumer's product. Sustainable main directions of development are chosen in 21, which are in demand in modern society.

Keywords: design; art; information society; trends; development; society; technology.

В XX веке социум продолжает подчиняться изменениям, которые создают информационное сообщество на четвертой формации развития,

считается, что после изобретения новых средств массовой коммуникации, в 70-е годы прошлого века на смену подошли микропроцессорная техника и персональный компьютер. Данные явления основывают новые обстоятельства и возможности, в которых человек проходит все стадии социализации. Социокультурное влияние на личность может быть позитивным при создании упора на внутреннее богатство и творческий прогресс личности, что приведет к открытию ее способности и самореализацию.

Особенно большое влияние на молодое поколение оказывает информационная сфера, которая является источником информации и также должна продвигать следующие ценности: базовые, позитивные, вечные. Из них можно назвать такие как правдивость, честь, доброта, красота, и т. Столетиями складывались основные ценности общества, каждая общественная конструкция несколько отличалась своими ценностями, но созидательные ценности культуры всегда сохранялись. Они формулировались, пропагандировались и воспитывались людьми через общественные нравственные нормы, через сферы культуры, народного творчества, они находят отражение и в образах народного героя, символике, цветовой гамме и иных проявлениях в области искусства [1, с. 379-389].

Сейчас понятие «тренд» является тенденцией в развитии дизайна, которая делает его современной и привлекательной. К примеру, макротрендов придерживаются практически все производители товаров. Это некое длительное настроение в обществе, которое определяет современность, отличает ее от прежнего времени. Явный пример макротренда – смена скевоморфизма – визуального стиля, который имитирует реальные материалы, текстуры, к более простому «плоскому дизайну», который по-прежнему является лидером веб-дизайна.

Описать все, что важно в дизайне за 15 лет, нелегко. Похоже, что, скрупулезно анализируя каждую тенденцию, можно потерять самую интересную – причинную связь сходных явлений, объединенных общими причинами, но совсем разных форм их воздействия на окружающий мир. Смотрим, как появились эти тренды, в каком виде они ярче проявились, как повлияют на нашу жизнь и, конечно же, как изменят ее в дальнейшем.

1. Креативная автоматизация и генеративный дизайн. Цифровые контексты начали развивать генеративное решение айдентики – набор правил в системе дизайна, изменяющих форму коммуникаций по входным данным. Например, можно изменить вид логотипа по погоде. На-

пример, чтобы привлечь туристов в Норвегию на полуостров Нордкин, компания *Neue* создала генеративное устройство айдентики, вводные данные для которого являются набором метеорологических и координатных данных. Цвет логотипа определяет температуру полуострова, его форма задается координатами. Такие решения возникают при помощи софта, способного использовать машинные алгоритмы.

Автоматизированная айдентика расширяет грань дизайнера и не дизайнера, позволяя второму создавать элемент бренда без специальных навыков. Так работает алгоритмический университет ОКАД в Канаде – в модульной системе выпускники разрабатывают логотипы каждый год (Прил. 13, рис. 1).

Понятная линейная система в связке с конкретной колористической картой упрощает проработку символики, предназначенной для определенных условий – от навигации и товаров до достопримечательностей и логотипов событий.

2. Самоуничтожение. Дизайн не является природным процессом. Необходимость конфиденциальности, необходимость контроля над содержанием и анонимность привели к возникновению сервисов удаления сообщений сразу или спустя какое-то время после чтения – *Confide, Wicker, Printnote, Digify.*

Эта механика была широко распространена в приложении *Skype*. Функция выделяла приложение в отличие от конкурентов рынка соцсетей – пользователи Skype в 2011 году ежедневно отправляли друг другу больше 200 миллионов смс, что в 5 раз больше показателя постов *Instagram* в этом году. В 2016 г. Instagram перенял этот механизм, запустив возможности постить исчезающие сторис.

Такая тенденция и проявляется в мессенджерах: в *Telegram*-чате появилась и функция удаления сообщений, спустя установленный временной промежуток.

Ярким экспериментом процесса самоуничтожения в искусстве считается картина «Девушка Бэнкси с воздушным шаром» (2006 г.), которая была частично вырезана шредером, встроенным в раму картины, во время аукциона *Sotheby's* в 2018 году. После этого события картина стала называться «Любовь на свалке» и была продана на том же аукционе за $1,4 млн. Через четыре года, 15 октября 2021 года, она была перепродана за $ 25,4 млн.

3. Экологичность. Чувство ответственности людей за окружающую среду проявилось в дизайне – появилось много средств и решений, кото-

рые упростили сортировку и переработку мусора, а также регистрировали проблемы по различным показателям внешнего окружения.

Например, набор приборов *Lapka* дает возможность мониторинга окружающей среды. Это несколько брусков пластиковых и деревянных, позволяющих измерять влажность и радиацию, передающих данные напрямую в мобильное приложение для анализа этих же показателей.

В числе проектов, делающих процессы утилизации мусора оптимальным в повседневной жизни, находится «Драгоценный пластик». Этот независимый проект объединяет всех людей в мире. Дэйв Хаккенс создал станок для измельчения пластиковых изделий, чтобы из них выплавляли новые вещи. При предоставлении открытого доступа к своим разработкам, он позволяет людям самостоятельно построить такие машины и осуществлять переработку отходов самостоятельно.

4. Дебрендинг. В 2000-е годы появились бренды, такие как *Muji*, ставящие практичность в использовании в приоритет – в отличие от идеи дизайна объекта как способа демонстрации статуса собственника. Каждый продукт бренда был сопровожден обычной наклейкой, ее можно с легкостью отклеить и кастомизировать товар прямо в пункте продажи.

Muji запустился в 1980 году как бренд сети супермаркетов *Seiyu*, созданный для продажи недорогих и минималистичных товаров высокого качества. Основная идея заключена в полном названии бренда *Mujirushi Ryohin*, где Mujirushi означает «no name, без бренда», а Ryohin – «вещи хорошего качества».

Одним из первых товаров бренда стали сушеные грибы шиитаке – если в обычных магазинах продавались идеально круглые грибы, то Muji пропускала этап сортировки и продавала надломанные грибы со скидкой.

В 2016 г. компания представила коллекцию одежды из восстановленной шерсти, в которой использовались оставшиеся в процессе производства отходы и волокна, и сравнивала их с продажей шиитаке.

5. Антидизайн. Активная демонстрация тренда в дизайне, интуитивное понятного пользователю, скорее блокирует вариант проектирования замысловатых и реалистичных образов, что безусловно загоняет в четкие рамки бесконечный дизайнерский потенциал. Но в течение последних 15 лет в сфере дизайна можно заметить все больше примеров того, что происходит намеренное нарушение вековых правил художественного проектирования.

В качестве примера тренда могут быть отмечены широкие распространения так называемых брутализмов, которые заимствовали принципы архитектурной точки зрения.

Стиль любят далеко не все, а работы этого стиля часто называются дурными и скучными. Однако несколько лет тому назад такую критику опровергли такие упрощенные интерфейсы, как *iOS 7*, – сейчас каждый разработчик ПО старается придерживаться такого крайне минималистического и информативного решения.

6. Дизайн для цифровых товаров. В эпоху мировой пандемии мероприятия вынуждены были адаптироваться к новейшей реальности – сейчас почти каждый процесс помимо офлайн -формата интегрируется в онлайн пространстве, и постепенно все перетекает в цифровой формат. В некоторых компаниях встреча с аватаром коллег в виртуальном сегменте коммуникации является уже частью повседневной жизни.

Цифровая продукция активно продвигается благодаря видеоиграм. Игровые вселенные позволяют общаться, формировать уникальный образ, настраивать процесс взаимовыгодного обмена товарами либо услугами, основывать коммерческую деятельность, обеспечивать карьерный рост. Условная *Fortnite* – новый Instagram только с более мощными функциями.

Основой экономики претендуют стать зарождающиеся метавселенные, в сущности, дублирующие систему реальной жизни социума. Цифровые предметы гардероба, виртуальный интерьер, фотосессия, больше похожа на рендеринг – раньше это увлекало определенные слои продвинутых пользователей, а сегодня цифровизация становится массовым инструментом самовыражения [2, с. 178.].

7. Универсализм в дизайне. По мнению исследователей, дизайн появился в широкой степени после индустриального переворота, когда фабрики начали выпускать продукты миллионами тиражей, а его дизайн диктовал именно производственный процесс. Тогда возникла потребность общества в предметах, которые могут и показать статус владельца и личную индивидуальность, и удобны для каждого, кто использует их. Например, вопросы о высоте ручки двери могут показаться незначительными. Но восприятие изменяется, если подумать об эргономических особенностях для эксплуатации объектов, к примеру, маленькими детьми.

То же самое произошло в период цифровых революций. Дизайн первого компьютера и ПО был создан исследователями, инженерами, разработчиками, и не предполагал взаимодействия с широким кругом

аудитории. По мере расширения аудитории цифрового мира, появились новые виды профессий, которые делают инновацию привычным и удобным инструментом для широкого рынка пользователей. Но теперь у компаний значительно больше инструментов дизайна, которые влияют на продукт на различных этапах. Компания может изменить опыт общения пользователя с товаром уже после покупки товара, например, предлагая различные интерфейсные и параметрические данные.

В реальном времени опыт пользователя и продукта может быть проанализирован с помощью алгоритмов для того, чтобы предложить ему соответствующий опыт и доработать следующие версии продукта для разработки.

8. Фокус на заботу о себе. Контроль за состоянием здоровья значительно упростился благодаря появившимся приложениям, позволяющим фиксировать параметры организма, и на основе данной динамики решать задачи. Дизайнеры стремятся к тому, чтобы научное значение было понятно широкому кругу людей и часто применяют геймификационные механики.

Например, для игры *Beat Saber* 2019 г., игроки использовали контроллеры как световые мечи для разреза цветных блоков, летящих на них на виртуальных просторах. Вначале игра была популярна из-за ее механизма, но с временем сложность уровней сделала игру буквально физически утомительной, а многие фитнес тренеры предлагают ее использовать в качестве полноценной интерактивной кардиотренировки.

Набирают популярность инструменты, помогающие избавиться от рутины. Уже несколько лет на *YouTube* продвигается тенденция прямых трансляций с медитацией и минимализированным видеорядом. А в российском приложении *Endel* собираемые данные человека, такие как частота пульса, измеряемая смарт часами, объединяются с информацией по внешним факторам (время суток, погода вокруг окна) и выдают персонализированные звуковые фоны [3, с. 77.].

9. Ностальгизация. Многие в последнее время стали обращаться в ностальгию - как дизайном, так и самими форматами товаров и сервисов. Например, продажи британских аудиокассет увеличились в 2020 году вдвое, достигли самых высоких показателей за 15 лет, после цифрового релиза альбомы Леди Гаги и Дуа Липы вышли на кассетах.

Некоторые специалисты говорят, что это лишь временная тенденция, вызываемая ностальгией по недавнему прошлому -поклонники музыки их покупают скорее в качестве мерча и подарка, чем как способ слушать.

Компания *NINM* представила кассетный *Bluetooth*-плеер *«It's OK»* для беспроводных наушников [4, с.10.].

Так что же это такое? Похоже, что в настоящее время, когда решается большинство проблем через смартфон или компьютер, все еще есть фанаты осязаемой, создающей атмосферу вещи, хоть и уступающей по скорости работы, и удобства современным аналогам. Популярные аналоговые форматы говорят нам о недостатке тактильного ритуала, который ни в коем случае не противостоит параллельному применению технологий, не требующих даже физической связи.

По итогам последних десятилетий сфера дизайна стала довольно-таки сложной, все труднее провести грань между дизайном и другими областями профессиональной дизайнерской деятельности в искусстве. Создание совершенно новых промышленных изделий, косметическое изменение внешнего вида промышленного изделия с незаметным изменением его технических свойств, изобретение фирменного стиля – все это теперь считается отраслью дизайна и предполагает применение профессиональных навыков специалиста.

Дизайнерские изделия в повседневном мире окружают всех современных людей. Некоторые вещи столь обыденны, что кто-то не задумывается о том, что известная форма «силуэт женской талии» для бутылок газировки «Coca-Cola», спроектирована Раймондом Лоуи. Вдобавок данный выдающийся дизайнер заслужил популярность, едва модифицировав облик пачки сигарет, заменив ее зеленый цвет на белый и нарисовав эмблему на обоих сторонах коробки. Казалось, что продукт приобрел наименьшее изменение, но из-за этого понизились расходы на упаковку пачки, и продажи сигареты *«Lucky Strike»* возросли до чрезвычайных показателей.

На самом деле, все предметы, которыми мы пользуемся, были созданы при участии дизайнеров, чтобы человек мог находиться в удобном месте, окружая себя эстетически приятными предметами Меняющиеся потребности людей вынуждают художников переосмысливать свои творения, чтобы совершенствовать их в контексте времени. Нельзя не заметить, как мода властвует своими тенденциями над потребителем. Дизайн продолжит модифицироваться, если того пожелает пользователь. Дизайн продолжает выполнять свою главенствующую функцию – достижение положительных эстетических свойств промышленного продукта, но результат уже не останется без влияния на него мнения потребителей. Отсюда напрашивается вывод: деятельность конструктора не направлена исклю-

чительно на производителя, необходимо учитывать и обратную связь от потребителя. Только при взаимодействии обеих сторон, можно достичь результата, соответствующего тенденциям современных реалий рынка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Хагтведт Х., Хагтведт В., Патрик М.* Влияние искусства: влияние визуального искусства на восприятие и оценку потребительских товаров // Журнал маркетинговых исследований. 2018. № 3 (48).
2. *Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г.* Рекламная деятельность. М. : Информационно-внедренеский центр «Маркетинг». 2017.
3. *Росситер Д. Р., Перси Л.* Реклама и продвижение товаров. СПб : Питер. 2013.
4. *Юрасов А. В.* Основы электронной коммерции. М. : Телеком. 2008.

КОММУНИКАТИВНЫЙ ДИЗАЙН И НОВЫЕ МЕДИА

COMMUNICATION DESIGN AND NEW MEDIA

Д. М. Сермяжко, Н. В. Длотовская
D. Sermazko, N Dlotovskaya

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic Belarus
sermazkodara@gmail.com, dlotovskaya@tut.by

В статье рассматривается функции коммуникативного дизайна в пространстве новых медиа, художественные средства для создания целостных выразительных, динамичных образов в мультимедийной среде.

Ключевые слова: коммуникативный дизайн; новые медиа; интернет; средства массовой информации; информационные технологи; мультимедиа.

The article discusses the functions of communicative design in the space of new media, artistic means for creating integral expressive, dynamic images in a multimedia environment.

Keywords: communication design; new media; internet; information technology; multimedia.

В связи со стремительным развитием новых средств коммуникации сфере медиа происходят значительные изменения. С появлением интерактивных сетей большое число традиционных печатных изданий потеряли свой прежний эффект новизны, значительность и актуальность, и чтобы не выпасть из информационных потоков в XXI веке, медиа перешли на более прогрессивную форму распространения контента. Эта форма закрепила за собой название «Новые медиа». Сейчас уже действительно редко можно встретить человека, который, располагая свободным доступом к интернету не будет пользоваться его безграничными возможностями.

До 80-х годов двадцатого века медийная отрасль могла располагать исключительно аналоговыми и печатными моделями передачи информации, однако на современном этапе очевидны динамичные изменения, которые произвели интернет и электронные средства массовой информации. Канадская радиотелевизионная и телекоммуникационная комиссия даёт определение новым медиа, как медиа продукции, являющейся интерактивной и распространяемой цифровыми методами. Эта комиссия определяет классические и новые медиа с помощью критериев доступности и способов доставки информации конечному потребителю, а также выделяет важность сети интернет в образовании и становлении новых медиа, так как она позволяет использовать для передачи информации так называемую мультимедийность, т.е. текст, видео, аудио и изображения, и всем этим можно пользоваться как по отдельности, так и одновременно.

Новые медиа основанные на цифровых технологиях, открывают новый виток в истории коммуникативного дизайна. Представление о том, что ведущей тенденцией развития в современном обществе, которое перерастает в общество нового информационного порядка, является интеграция массовых информационных, коммуникационных технологий и существующей социальной системы, лежит и в основе концепций информационного общества. Видные философы, социологи, футурологи такие как Ё. Масуда (Япония), Э. Тоффлер, Дж. Нейсбит (США), М. Маклюэн (Канада), М. Кастельс (Испания) развивали эту идею в своих научных трудах.

Особого внимания заслуживает разработка теории новых медиа известного автора книг по теории цифровой культуры и новых медиа, профессора компьютерных наук Городского университета Нью-Йорка, профессора Европейской Высшей школы в Зас-Фе, профессора факультета

Визуальных искусств Калифорнийского университета Сан-Диего Льва Мановича. Художник из Москвы, который всерьез увлекся в середине 70-х годов туманными перспективами компьютерной графики того времени, Манович отыскал единомышленников на западе и к началу 80-х годов переехал в США. Изданная им в 2001 году книга «Язык Новых медиа» получила множество положительных отзывов, была даже переведена на пять языков. В этой книге впервые совершается попытка подвести полноценную теоретическую базу под явление новых медиа. Внутри новых медиа существуют параллельно и полноправно самые различные носители информации, которые на данный момент уже объединяются в один, к примеру, текст, звук, статичное и динамичное изображения. В 60-х годах появился и сам термин «мультимедиа», что обозначает одновременное использование нескольких технологических средств коммуникации.

Л. Манович замечал, что кинематограф, который принято относить к традиционным медиа, может быть также представлен как комбинация текста, фото, анимации и звуковой дорожки. Подобная позиция ставит под сомнение саму «новизну» новых медиа, ведь кино возникло намного раньше и использовало именно аналоговые, классические технические средства [1].

Л. Манович поддерживает мысль против отождествления новых и цифровых медиа, так как в первом случае речь идет о базовых принципах формирования цифрового продукта, а во втором – о технологии его реализации. Цифровой сигнал выделяется из аналогового путем дискретизации, с определенной долей абстрагирования, и можно сказать, что то же мы наблюдаем и в кино, где непрерывная последовательность состоит из серии дискретных изображений, обычно, это 24–25 кадров в секунду. Манович предлагает воспользоваться термином «числовое представление», выделенное им как один из пяти принципов Новых медиа, которые имеет смысл рассмотреть более детально.

Принципы Новых медиа по Мановичу:

1. Числовое представление.

Все объекты новых медиа представляют собой в итоге цифровой код, а именно последовательность «0» и «1», из чего следует:

- объекты новых медиа можно описать математически;
- объекты новых медиа можно трансформировать с помощью алгоритмов.

Это значит, что среда программируема. Однако новые медиа состоят не только из продуктов, которые созданы в электронной форме, но и из тех, что были частью классических медиа. Фотографию, к примеру, можно перевести в цифровую форму через сканирование, после чего она уже начнет обладать свойствами объекта новых медиа. Конвертирование происходит путем оцифровывания, что состоит из непосредственной дискретизации исходного монотонного сигнала и дальнейшего его квантования – преобразования первичного двоичного кода в код конечного формата файла. Классические медиа также могут содержать на определенном этапе и дискретные данные, но без квантования они никогда не смогут стать элементом новых медиа. Кроме того, дискретность – это явление вполне естественное, примером чего может служить и простая человеческая речь.

2. Модульность

Абсолютно любой элемент новых медиа, с одной стороны, это часть единого целого объекта, как, к примеру, веб-страница является частью веб-сайта. Но с другой стороны, – сам элемент новых медиа является самостоятельным объектом, состоящим из ряда самостоятельных частей: веб-страница состоит из отдельных фото или иллюстраций, векторных или растровых файлов и текста. Это свойство сравнивают с моделью фрактала – геометрической структуры с дробной размерностью, которая обладает свойством рекурсивности, т.е. каждая ее часть – это уменьшенная копия целого. Это позволяет уже на этапах проектирования, тестирования и модификации совершенно независимо работать с отдельными элементами как с полноценными объектами, при этом не затрагивая других элементов и не приводя в негодность вообще всю систему. В большинстве случаев в многополосных изданиях использование большого количества фотографий крайне неудобно, в особенности на этапе эскиза. Во-первых, сам файл может быть слишком объемным, во-вторых, если все же необходимо внести какие-либо изменения в фото, например, отретушировать, сделать цветокоррекцию, то каждый раз придется вставлять ее в макет заново, потому что верстка осуществляется в одной программе, например, *Adobe InDesign* или *QuarkXPress*, а полноценная работа с растровыми изображениями в другой, чаще всего это *Adobe Photoshop*. Технология «линкования» позволяет, не помещая изображения в файл, работать только с ссылкой на файл данного изображения, что представляется в файле для верстки в виде предварительного просмотра. Таким образом, изменения в растровой картинке автоматически будут отобра-

жаться и в самом файле верстки, поскольку они связаны. Кроме того, теперь современные типографии вовсе и не принимают в печать файлы верстки, где растровые изображения внедрены, а не прилинкованы, по описанным выше причинам – внести на месте изменения в растровые объекты становится в разы сложнее.

3. Автоматизация

Предыдущие принципы дают возможность автоматизировать большое количество операции, связанных с проектированием, доступом потребителей и процессами манипуляции с продуктами новых медиа. Уровень проектирования, не завися от конечного носителя, динамичного или статичного, позволяет экономить большое количество времени на монотонных и механических операциях. К тому же, визуализация самих макетов с помощью компьютерной графики серьезно расширяет возможности проектировщиков. По своей сути, автоматизация ограничена только возможностями программного обеспечения и профессионализмом самого проектировщика. Редактор для работы с растровой графикой «Adobe Photoshop» дает возможность, например, изменять форматы изображения, цветовые и тоновые составляющие, контрастность и резкость, яркость, зернистость, насыщенность и т. д. Кроме того, проектировщику предоставляется возможность работать и с фильтрами — инструментами математически-сложных изменений объекта. Благодаря автоматизации большого количества различных процессов, например, видео и фотосъемки часто осуществляется теперь более доступными цифровыми аппаратами.

Л. Манович отмечает: «К концу двадцатого века перестала остро стоять проблема, как создать объект новых медиа, например, изображение; новой проблемой стало нахождение уже существующего где-то объекта». [1, с. 70] На уровне манипуляции и доступа конечного потребителя информации к возможностям электронного продукта автоматизированными методами, например, может происходить генерация веб-страниц из программного кода, стоит только пользователю зайти на страницу. Кроме того, при входе или же просто по запросу пользователя на странице может появляться нужная информация из отдельных электронных баз данных. В зависимости от возможностей продукта возможно осуществлять требуемый поиск, а также сортировку информации по ряду параметров: дата, название, цена, размеры и т. д. В итоге пользователь может получить уникальную страницу с нужными именно ему данными. Это огромнейшее различие новых медиа от классических и позволяет намно-

го эффективнее пользоваться существующей информацией, не переводя тонны бумаги и пленки.

4. Изменчивость

Одним из главных отличий классических медиа от новых медиа – обязательное требование к носителям быть переданными через материальную форму. Любое, даже самое малейшее, изменение в содержании делает необходимым снова создавать носитель, через который можно осуществить доступ к этому новому содержанию, т. е., заново печатать буклет, газету, листовку. В таком случае говорить о том, что клиент или адресат самостоятельно определяет содержимое невозможно. Ему предоставляются блоки стандартных решений определенной задачи, которые могут его и не удовлетворить. Конечно, если число неудовлетворенных потребителей в экономически перспективном отделе рынка достигнет определенной критической численности, компания, возможно и примет решение о изменении или модернизации, но сместить с места такую машину не всегда возможно по ряду определенных причин. «В условиях, когда клиент оказывается за компьютером, который генерирует и отображает среду, и как только эта самая среда существует уже не как материальный объект, а как набор данных, которые могут быть переданы по проводам со скоростью света, тогда клиент получает возможность получить свой уникальный продукт практически сразу после сделанного запроса. Обратимся все к тому же примеру, — как только вы заходите на вэб-сайт, сервер немедленно собирает для вас заказанную веб-страницу» [1, с. 72].

5. Транскодинг

Транскодинг – это профессиональный термин, означающий прямой перевод одного цифрового формата в другой. Л. Манович расширяет данный термин от технических до культурных категорий. В новых медиа он выделяет два базовых уровня: компьютерный и культурный, и транскодинг, в этом случае, означает взаимовлияние данных слоев, которые изначально представляют собой два различных аспекта. С точки зрения культурного аспекта, компьютерные медиа представляют собой уже знакомый набор визуальных образов, но на уровне машинного представления, как такового, текста не существует есть только код, не существует и фото, иллюстрации – только на – бор пикселей и математические формулы, не существует и страницы – есть файл. Проектируя процесс коммуникации в культурном аспекте, изначально нужно исходить из возможной реализации в компьютерном пространстве. С самого начала

требуется уже мыслить совершенно иными категориями, чем в классических медиа. «С тех пор как новые медиа стали создаваться с помощью компьютеров, распространятся с помощью компьютеров, существовать в компьютерной среде, компьютерная логика начала оказывать значимое воздействие на культурную логику всей коммуникативной среды. Поэтому факт того, что компьютерный слой будет оказывать влияние на культурный, явление вполне ожидаемое явление». [1, с. 88]. Рассмотренные принципы не следует воспринимать как абсолютный закон, но скорее, как общую тенденцию в культуре под влиянием процесса компьютеризации. Очевидно, что новые медиа предстают отличными от классической коммуникативной среды и выдвигают новые требования к проектировщикам и разработчикам. Исходя из представленных Л. Мановичем принципов, происходит взаимодействие с новым явлением в дизайне, которое требует дальнейшего тщательного осмысления с теоретической позиции. Цифровая культура фиксирует высокий уровень информативной насыщенности, воздействует одновременно на сознание и на подсознание. Очень широко используются приемы, позволяющие пользователю самому трансформировать цвет, фактуру, масштаб кадра. Эффективным способом эмоционального воздействия на зрителя, потребителя оказываются различные резкие монтажные столкновения крупных планов и просто переходов планов, неожиданное использование спецэффектов и др. современные приемы трансформирования реальности настоящей и виртуальной среды [2].

Чтобы определить роль коммуникативного дизайна в области новых медиа достаточно понять, как новые технологии изменили зрительное представление о «виртуальной» реальности, и ряд особенностей, связанных с построением образной организации в пространстве новых медиа. Широко известно – художественный образ опирается на трехмерную модель человеческого восприятия действительности, заложенную в интеллекте: мыслительная операция или познание, запоминание, мышление, связаны с поисками ассоциаций, сопоставлений, выявлением причинно-следственных связей, с оценкой происходящего. Органичность формы любого объекта достигается при помощи особых средств. В коммуникативном дизайне, как и в кино, и в архитектуре – это средства композиции: пропорции, масштаб, контраст, нюанс, ритм, метрические повторы, пластика формы, цвет и тон, фактура и текстура материала и т. п. Все эти средства композиции не утратили свое значение и смысл, но к ним добавилось, как дополнительное средство композиции, внутри-

кадровое движение, пришедшее из кинематографа в медийную среду, а также средства и приёмы создания видеороликов. Движение выступает основным выразительным средством при создании экранной графический композиции в рамках медиа дизайна и при создании мультимедийной презентации. Именно возможность перемещения графических элементов в пространстве экрана определяет взаимосвязи между отдельными элементами композиции, а также между частями всего произведения. Динамика всех графических компонентов в условиях динамической композиции, развивающейся как внутри экранного пространства, так и вне его, непосредственно влияет на развертывание этапов его восприятия во времени. Движение обуславливает функциональные и выразительные свойства произведения. Типы движения, характерные для экранных изображений, – движение объектов, изменение формы объекта; вращение объекта вокруг любой из своих осей или точек; построение или разрушение объекта; перемещение объектов. Динамика определяет подход к созданию образного решения произведения телевизионного дизайна и способы использования его выразительных средств [2].

Шрифт занимает особое положение в наборе основных элементов коммуникативного дизайна. Буква, слово или блок текста выступают носителем информации. В то же время, с точки зрения медиа дизайна, они должны быть освоены как объекты, то есть как включенные в общую композицию графические формы, а с точки зрения мультимедиа-презентации они должны еще работать и в реальном пространстве, создавая комплексное восприятие презентации.

В ситуации, связанной с моделированием объекта в медийной среде, возникают те же проблемы и действуют те же законы пластики и композиции, что и при обычном проектировании, разница лишь в средствах выполнения проекта, связанных с новыми технологиями.

Основными средствами современного экранного языка стали и многослойное композиционное построение кадра, создание и совмещение элементов реальной и виртуальной среды, цветовое решение кадра, использование глубины кадра для решения пространственно-временного течения происходящего, сочетание звука и изображения и, конечно, монтаж как способ художественной организации композиции всего произведения со всем технологическим разнообразием цифровых эффектов.

Процесс проектирования подчинен строгой логике, хотя очень часто медиа-дизайнер должен полагаться на собственное чутье, анализируя результат, всегда можно найти вполне рациональные объяснения тому или

иному дизайнерскому решению. Этот процесс можно разделить на два этапа. Первый – идея, эскизная прорисовка и отбор необходимого числа основных элементов будущего произведения. Второй – выстраивание их структурных взаимосвязей и технология производства.

Несмотря на то, что звук невозможно причислить к арсеналу графических средств, он принадлежит к средствам художественной выразительности и органично обогащает произведения медиа дизайна и мультимедийной презентации. Звук используется для создания звукового образа произведения, выявления ритмической основы движения в произведении. Звук помогает передать пространственные отношения между объектами, а также их материальные качества (упругость, жесткость, лёгкость, тяжесть и т. п.).

Мультимедиа коммуникации – новая область дизайн-деятельности, которая требует от специалиста высокой квалификации разнообразных и глубоких знаний, навыков и умений. Коммуникативный дизайн обладает необходимым набором инструментов для создания качественного продукта в области новых медиа. А новые медиа, в свою очередь, обеспечивают коммуникативному дизайну наиболее свободную для выразительности и образности, в коммуникации с потребителем, площадку.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Manovich L.* The Language of New Media. Cambridge, MA : The MIT Press, 2002.
2. *Меркушина Е. А.* Мультимедийность как характеристика новых СМИ в контексте региональной тематики. Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2017/zhurnalist-v-sovr-media/3/merkushina.pdf. Дата доступа: 23.03.2022.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБЛИКА И ЗНАЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

TRANSFORMATION OF THE APPEARANCE AND SIGNIFICANCE OF THE INFORMATION SPACE

О. В. Чумакова
O. Chumakova

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Belarus
e-mail: ChumakovaVV@bsu.by

В статье рассматриваются некоторые тенденции в области дизайна, наметившиеся в следствии высокого уровня информатизации общества и развития информационных технологий. Изменения в структуре взаимодействия дизайна и медиа. А также перспективы дизайна в формировании облика информационного пространства.

Ключевые слова: дизайн; интернет; информационный дизайн; информационное пространство; дематериализация;

The article discusses some design trends that have emerged as a result of the high level of informatization of society and the development of information technology. Changes in the structure of interaction between design and media. As well as design perspectives in shaping the image of the information space.

Keywords: design; Internet; information design; information space; dematerialization.

Известным фактом является то, что все придуманные человеком технологии в первую очередь оказали влияние на самого же человека. Все что было придумано людским разумом – письменность, часы, телефон, интернет и прочее, меняло не только окружающую действительность, человеческий мозг на уровне нейронных связей также менялся, а следом менялось все остальное: наш способ восприятия реальности, наше взаимодействие с окружающей действительностью, наши навыки и личные качества.

В XXI веке эти изменения закономерно продолжаются. Интернет и компьютерные технологии, чье влияние неминуемо растет, создают

вокруг нас совершенно новую реальность. Реальность в которой переосмысливается как положение человека, так и отдельных отраслей его деятельности – дизайна.

За короткий, в историческом масштабе, промежуток существования глобальных сетей значительно трансформировался способ нашего с ним взаимодействия: уход от материалистического представления web сетей, опыт нахождения в виртуальной реальности, попытки дополнить визуальный опыт пользовательского взаимодействия тактильными и обонятельными ощущениями, заставляют нас проживать реальность совершенно иначе, нежели предыдущие поколения, а иногда ставит под сомнение понятие реальности как таковой. Этот новый опыт еще находится на пути формирования и постоянных трансформаций, однако уже сегодня говорят про отдельные его черты, которые впрочем, вполне возможно носят лишь переходный характер. Наблюдать их на текущем этапе возможно лишь опосредованно. Дизайн же, как один из методов придания формы материи, запечатлевает некоторые из таких черт [1, с. 29].

Одной из таких примет времени, является отмеченная некоторыми современными авторами идея, что наш экзистенциальный интерес смещается от вещей в сторону информации. То есть речь идет о том, что мы все менее заинтересованы в обладании вещами и все более – в потреблении информации. [1, с. 114]

Наблюдая за историческим процессом с подобной позиции действительно можно обнаружить, что опыт проживания реальности человеком после промышленной революции, наполненный радостью обладания продуктами массового производства, все больше уступает место чему то иному. И в этой новой реальности вещь, уже воспринимаемая как должное, не приносит былой радости, а внимание человека сосредоточено в иной области, области новых медиа и информационного пространства.

Тем не менее прогнозы, которые звучат следом за вышеизложенными идеями, и предрекающие обесценивание всех вещей, и смещение всех ценностей в сторону информации, пусть и кажутся пока весьма сомнительными, являются важным поводом для дискуссии, в том числе в сфере дизайна [1, с. 115].

Можно ли, исходя из подобных высказываний утверждать, что некоторые современные тенденции служат подтверждением движения к подобному будущему? Например. До обесценивания вещи еще конечно не дошло, но уже в течении последних 50–60 лет, мы можем наблюдать попытки как бы растворить присутствие вещи, сделать ее максималь-

но нейтральной, или вовсе дематериализовать. Косвенным подтверждением подобных прогнозов может служить все возрастающий интерес к таким направлениям формирования собственного предметного окружения, как минимализм и другие смежные течения. Накопление некоторой усталости от постоянного информационного шума и избыточности медиа-миров, при невозможности отказа от оных, может приводить к желанию организовать вокруг себя максимально нейтральное пространство, позволяющее отдохнуть от визуального шума. Оно призвано служить контрастом по отношению к пространству информационного поля, своеобразной комнатой отдыха, куда человек может временно «выйти из интернета». Можно сказать, что пользователь все больше погружая себя в виртуальный мир, пытаясь выстроить там собственную реальность, все больше стирает собственное присутствие в мире реальном.

К наполнению такого пространства, впрочем, подходят весьма ответственно, и пока пугающие прогнозы о обесценивании вещей не сбылись, в сфере дизайна весьма активно развиваются те сегменты, которые служат разнообразию «однообразных» вещей: минималистская вещь, архетипическая вещь, базовая вещь, простая (или элементарная) вещь, «бедная» вещь. Промышленный дизайн, который долгое время занимался созданием новых форм, все чаще обращается к архаичным формам прошлого или примитивным, лежащим на поверхности, формам.

Про дематериализацию говорят в сфере разработки новых материалов, характеризующихся стремлением получить материал из «ничто», в контексте тенденций современной архитектуры и конечно в связи с переводом продуктов материальных в продукты информационные. Закономерно, что тенденция дематериализации повлечет за собой изменения форм производства, и как следствие открытия новых направлений в дизайне [2].

Дематериализация часто тождественна информатизации. Многие предметы, которые ранее существовали отдельно в своей материальности, теперь трансформируются в информационный комплекс возможностей-услуг. Вместо покупки нового предмета, современные потребители приобретают продукт информационный. Лучшим подтверждением развития данного направления служат такие факторы как расширение рынка предлагаемых услуг и появление более конкретных норм их действия регулирующих. Так, если раньше речь шла лишь о цифровых копиях, информационных отпечатках продукта, то сегодня технически возможным становится приобретение цифрового оригинала (благодаря техно-

логии NFT), что значительно меняет условия цифрового взаимодействия и расширяет возможности в сфере визуальных практик.

Такие вещи, дематериализованные лишенные привычной среды, требует создания новой реальности, нового места. И может показаться, что такое место уже действительно существует, но то пространство которое мы имеем сегодня, вероятно является лишь подготовительной площадкой для чего-то, что придет ему на смену.

Место это, сегодня зачастую создается по образу и подобию мира реального и сохраняет его характерные, узнаваемые черты. С одной стороны подобная преемственность является основой для эффективного взаимодействия пользователя с продуктом, гарантом его интуитивной ясности. С другой же, молодой потребитель, который может даже не иметь опыта взаимодействия с образом-прототипом, интуитивно чувствует качественное несоответствие этого внешнего облика самой сути виртуального пространства, логика связей которого построена иначе.

Попытки если не создать, то хотя бы наметить образ решения этой новой реальности уже предпринимаются. Самыми наглядными примерами этого процесса могут служить информационные продукты решенные посредством виртуальной реальности.

Речь разумеется идет не об инструментальном использовании средств виртуальной реальности, а о создании принципиально новой модели взаимодействия человека с информационным продуктом, основанного на новой образности, вместо прежней, мыслимой категорией объекта.

Исторический опыт взаимодействия человека с медиа (не только в рамках компьютерной эры, а включая медиа-средства предыдущих эпох) характеризуется сменой не только инструментально-технической базы, но и способа коммуникации внутри связки человеческая деятельность/медиа, что в свою очередь влияет на способ репрезентации итогового медиа-продукта и уровня его включенности в производственные отношения самого различного толка, в том числе таких отраслей деятельности как дизайн и искусство. В частности такой теоретик медиа как Зигфрид Цилински выделяет четыре, вида взаимоотношений искусства и медиа: до медиа, с медиа, посредством медиа, после медиа. Но так как речь в указанном исследовании идет о взаимодействии технологий, искусства и науки, дизайн, как синтетический вид деятельности, также является важной частью рассматриваемых процессов. Указанные виды взаимоотношений различаются расстановкой приоритетов внутри этих отношений и могут накладываться друг на друга в историческом процессе [3, с. 14].

Именно последний вид взаимоотношений и является тем неопределенным пространством, которое, на момент начала третьего тысячелетия, еще находится в процессе своего формирования и вопрос о котором еще принципиально открыт [3, с. 16].

В этом случае действительно возможным становится разговор о новом виде взаимодействия человека с медиа-средой, уровне в котором медиа может становится рабочей средой и инструментом для таких направлений человеческой деятельности, как дизайн, искусство, техника и прочее.

Перенос самой человеческой деятельности в информационное пространство является еще одной важной приметой этого противоречивого времени. Многие процессы которые ранее выполнялись в мире материальном, с применением материальных средств и инструментов, сегодня не просто сменили свою инструментальную базу, но и целиком переместились в это пространство. Весь их жизненный цикл как объекта проектирования, существует только в рамках этого пространства.

Для информационного дизайна, это вопрос первостепенной значимости. Формирование этой новой среды – это объемный процесс, перспективной задачей которого являются создание оболочки для всего нематериального в интернете, своеобразной web-упаковки. Именно в рамках этого процесса будет решаться вопросы об отражении нематериальной сути интернет пространства в ее визуальных характеристиках, технологически новых способах ввода данных, степени подключенности человеческих органов чувств к цифровым устройствам и уровне цифровизации всех отраслей нашей жизни.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Флюссер В.* О положении вещей. Малая философия дизайна. М. : Ад Маргинем Пресс, 2016.
2. *Михайлов С. М., Михайлова А. С.* Постиндустриальный дизайн: предпосылки, признаки, стили // Вестник ОГУ. 2015. №5 (180) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/postindustrialnyy-dizayn-predposylki-priznaki-stili/ Дата доступа: 02.04.2022.
3. *Цилински Зигфрид.* Археология медиа: о «глубоком времени» аудиовизуальных технологий. М. : Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019.

КРАТКИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Бортник Юлия Федоровна	старший преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Ван Юй	аспирант кафедры теории и истории дизайна факультета дизайна и декоративно-прикладного искусства Белорусской государственной академии искусств, доцент, Минск, РБ
Воробьёва Татьяна Юрьевна	кандидат технических наук, доцент, ГПБОУ РО Новочеркасский промышленно-гуманитарный колледж, Новочеркасск, РФ
Гафаров Хасан Сабирович	профессор кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, доктор философских наук, доцент, Минск, РБ
Гильмутдинова Елена Васильевна	преподаватель кафедры дизайна и искусствоведения, заведующий лабораторией Уфимского государственного нефтяного университета, Института экосистем бизнеса и креативных индустрий, Уфа, РФ
Годына Кристина Вадимовна	студентка-магистрантка кафедры дизайна и искусствоведения Уфимского государственного нефтяного университета, Института экосистем бизнеса и креативных индустрий, Уфа, РФ

Голубев Владимир Владимирович	доцент кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Гопиенко Ольга Евгеньевна	старший преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Грицкевич Юлия	студентка кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Дзюба Евгения Викторовна	старший преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Длотовская Наталья Валентиновна	старший преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Жаркевич Владимир Сергеевич	старший преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного технологического университета, Минск, РБ
Жуков Дмитрий Дорианович	кандидат технических наук, доцент кафедры архитектуры и дизайна, Полоцкого государственного университета, Новополоцк, РБ

Качева Валерия Ильинична	преподаватель кафедры дизайна и искусствоведения, заведующий лабораторией Уфимского государственного нефтяного университета, Института экосистем бизнеса и креативных индустрий, Уфа, РФ
Каширипур Мохаммад Махди	доцент кафедры строительных материалов и технологии строительства Белорусского национального технического университета, кандидат архитектуры, Минск, РБ
Ковалькова Марина Сергеевна	преподаватель кафедры дизайна моды факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Коврик Оксана Александровна	доцент кафедры художественно-педагогического образования факультета эстетического образования Белорусского государственного педагогического университета имени Максима Танка, кандидат искусствоведения, доцент, Минск, РБ
Ковш Наталья Григорьевна	старший преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Козябо Валерия Сергеевна	старший преподаватель кафедры дизайна моды факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Коломиец Валентин Николаевич	профессор кафедры промышленного дизайна факультета дизайна и декоративно-прикладного искусства Белорусской государственной академии искусств, кандидат философских наук, доцент, Минск, РБ

Корженевич Ольга Фёдоровна	преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Котович Татьяна Викторовна	профессор кафедры германской филологии Витебского государственного университета имени П. М. Машерова, доктор искусствоведения, профессор, Витебск, РБ
Кошель Мария Владимировна	студентка кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Криволап Алексей Дмитриевич	доцент кафедры культурологии факультета культурологии и социально-культурной деятельности Белорусского государственного университета культуры и искусств, кандидат культурологии, Минск, РБ
Кулаженко Александр Александрович	доцент кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Лагойко Анастасия Викторовна	студентка кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Ленсу Яков Юрьевич	заведующий кафедрой теории и истории дизайна факультета дизайна и декоративно-прикладного искусства Белорусской государственной академии искусств, доктор искусствоведения, доцент, Минск, РБ

Лимаренко Ольга Валерьевна	старший преподаватель кафедры дизайна и искусствоведения, заведующий лабораторией Уфимского государственного нефтяного университета, Института экосистем бизнеса и креативных индустрий, Уфа, РФ
Макаревич Елизавета Игоревна	студентка кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Мартыненко Софья Станиславовна	студентка кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Орлова Дарья Александровна	студентка кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Осипенко Полина Сергеевна	студентка кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ
Островский Сергей Николаевич	доцент кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности Белорусского государственного экономического университета Института социально-гуманитарного образования, кандидат психологических наук, Минск, РБ
Сермяжко Дарья Максимовна	студентка кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ

Соскова Ольга Игоревна — преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ

Сычёва Татьяна Петровна — доцент кафедры теории и истории дизайна факультета дизайна и декоративно-прикладного искусства Белорусской государственной академии искусств, кандидат искусствоведения, Минск, РБ

Усовская Элина Аркадьевна — доцент кафедры культурологии факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, кандидат культурологии, Минск, РБ

Фаритова Лилия Хабировна — доцент кафедры дизайна и искусствоведения, заведующий лабораторией Уфимского государственного нефтяного университета, Института экосистем бизнеса и креативных индустрий, Уфа, РФ

Фролова Наталья Юрьевна — доцент кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, кандидат культурологии Минск, РБ

Чумакова Ольга Владамировна — старший преподаватель кафедры коммуникативного дизайна факультета социокультурных коммуникаций Белорусского государственного университета, Минск, РБ

Шарапов Иван Александрович — доцент кафедры композиционно-художественной подготовки, Уральский государственный архитектурно-художественный университет, Екатеринбург, РФ

ПРИЛОЖЕНИЯ

1. ОБЗОР ИНСТРУМЕНТОВ И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ЖИВОПИСИ НА КАФЕДРЕ КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА

REVIEW OF TOOLS AND MATERIALS FOR PRACTICAL STUDIES AT THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION DESIGN

Е. В. Дзюба
E. Dziuba

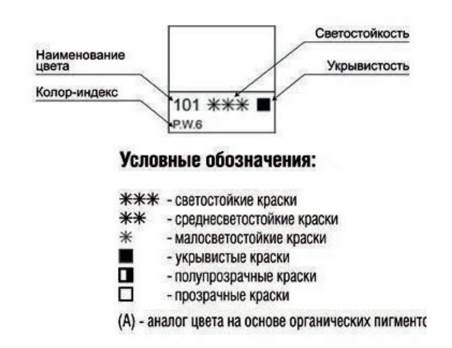


Рис. 1. Схема параметров краски

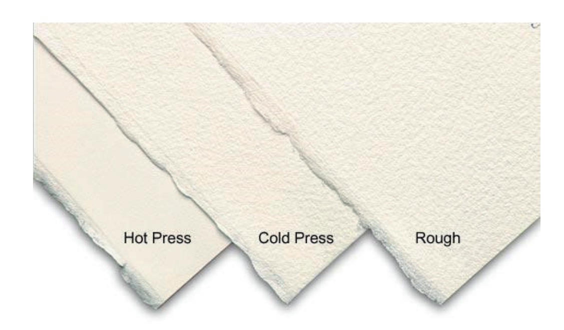


Рис. 2. Примеры бумаги

2. КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ АРХИТЕКТОНИКИ ОБЪЕМНЫХ ФОРМ БУДУЩИМ ДИЗАЙНЕРАМ ИНТЕРЬЕРОВ

KEY ASPECTS OF THE METHODOLOGY OF TEACHING ARCHITECTONICS OF VOLUMETRIC FORMS TO FUTURE INTERIOR DESIGNERS

Д. Д. Жуков
D. Zhukau

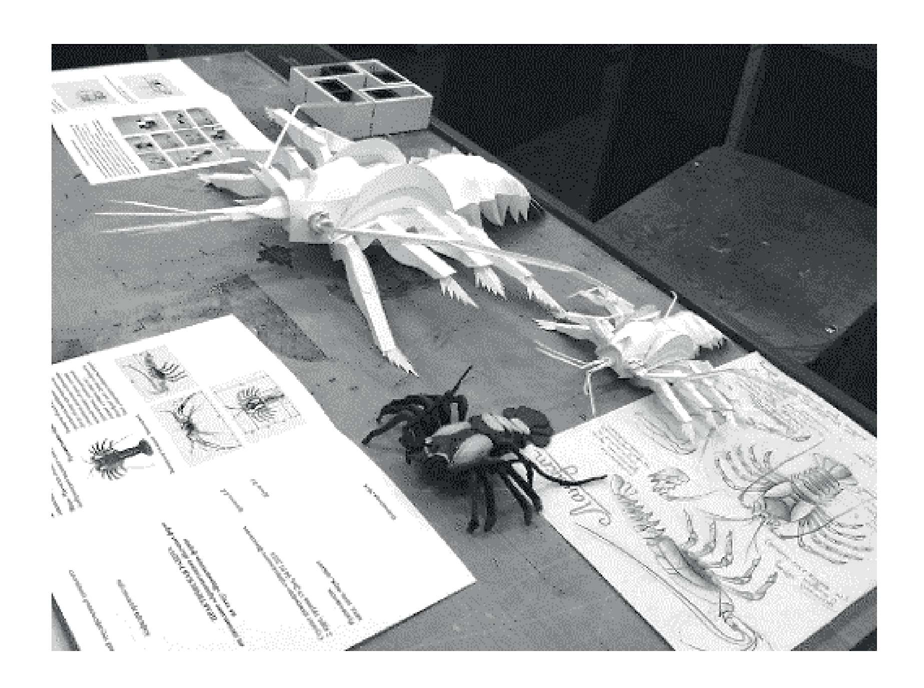


Рис. 1. Работы по теме «Бионическая форма» (два рабочих и один экспозиционный макет, эскизы и пояснительная записка) и теме «Трансформируемая форма» (экспозиционный макет и пояснительная записка)

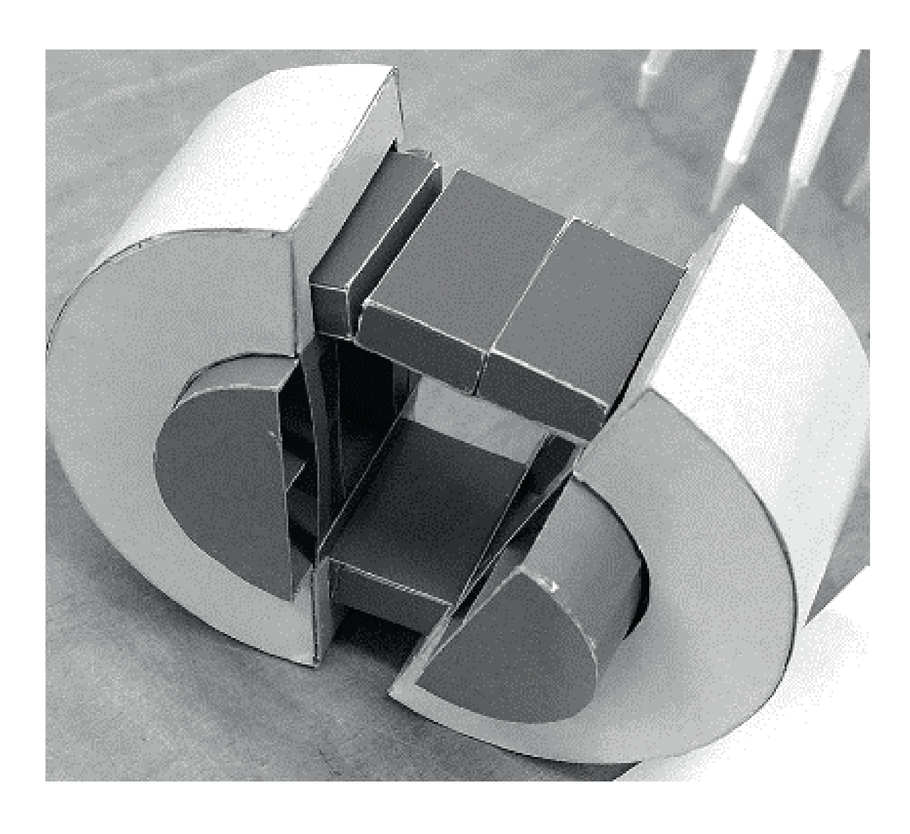


Рис. 2. Работа по теме «Трансформируемая форма»(экспозиционный макет)



Рис. 3. Работы по теме «Язык материала» с пояснительными записками

3. КОРОТКОЕ ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ «СОЦИАЛЬНЫЙ ПЛАКАТ» В РАМКАХ ДИСЦИПЛИНЫ «ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ»

A SHORT CREATIVE TASK «SOCIAL POSTER» AS PART OF THE DISCIPLINE «DESIGN-PROJECT»

Н. Г. Ковш
N. Kovsh



Рис. 1. Позднякова Анна,
«Не дазваляйце наркотыкам узяць верх над вашым жыццём», 2020 г.



Рис. 2. Дехтяр Мария, «Наркотики убивают», 2020 г.

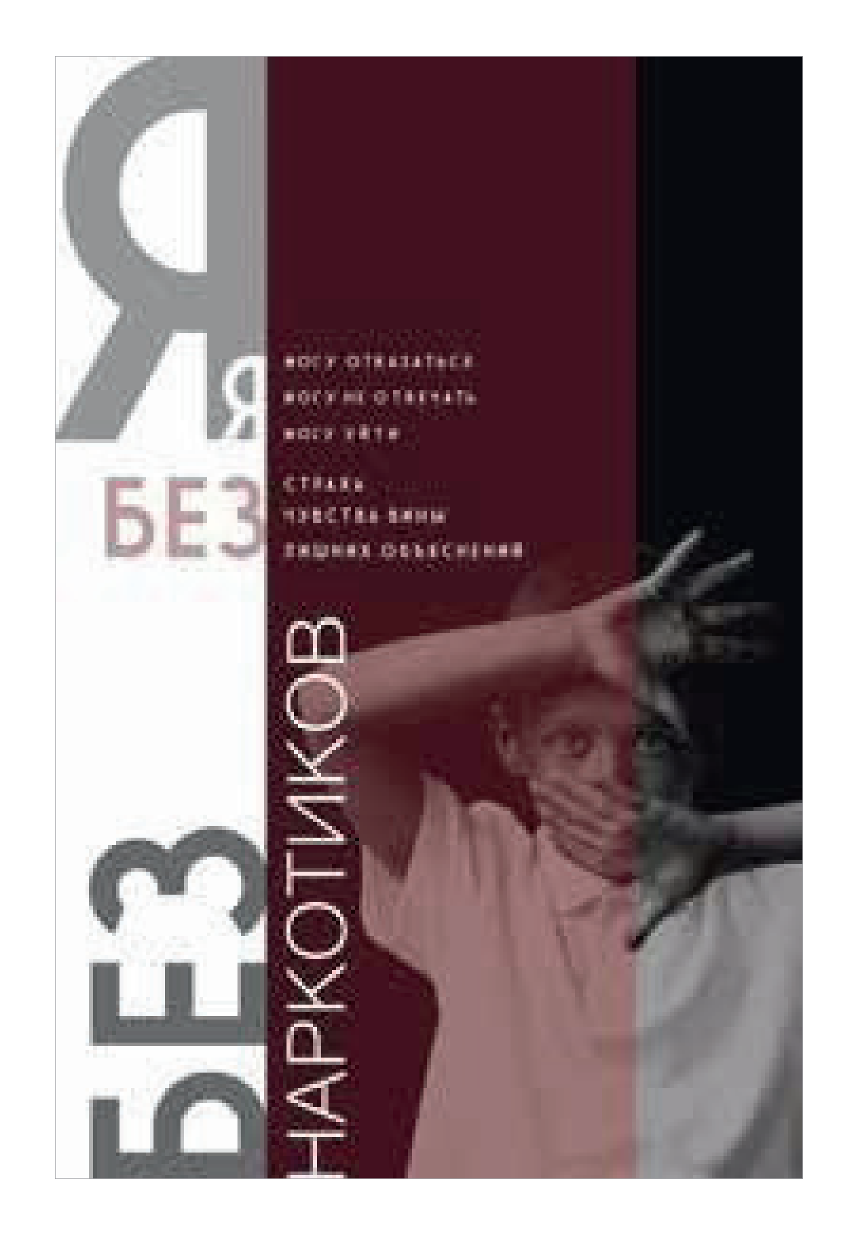


Рис. 3. Шарова Елизавета, «Я без наркотиков», 2020 г.



Рис. 4. Данджума Мариам, «Наркотики сегодня –передозировка завтра», 2020 г.



Рис. 5. Дайнеко Анна, «Подумайте о будущем сейчас», 2020 г.



Рис. 6. Кумасинская Анна, «Не ограничивай себя и свою жизнь», 2020 г.



Рис. 7. Гавлиловец Ирина, «Кислород без кислорода», 2021 г.



Рис. 8. Дьяковская Анастасия, «И это будущее?», 2021 г.

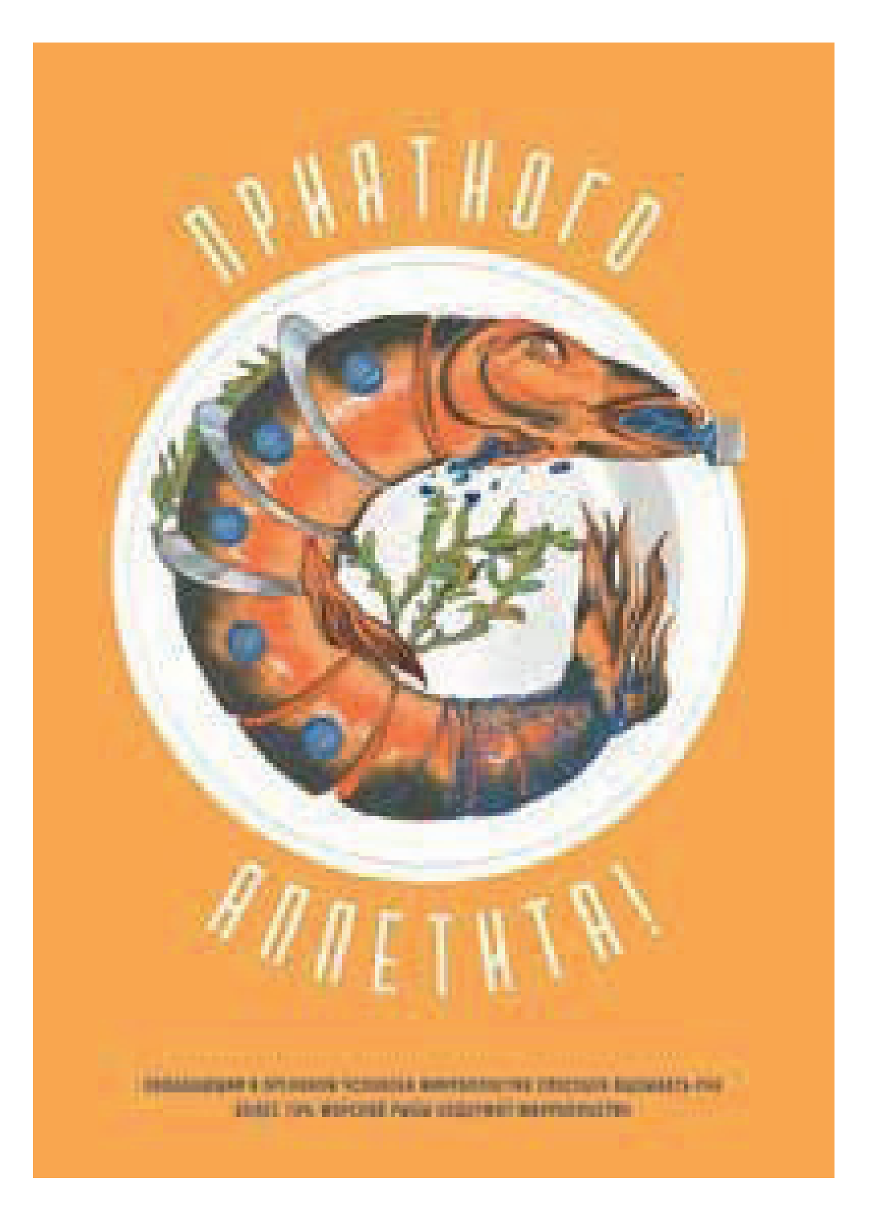


Рис. 9. Ероховец Дарья, «Приятного аппетита!», 2021 г.

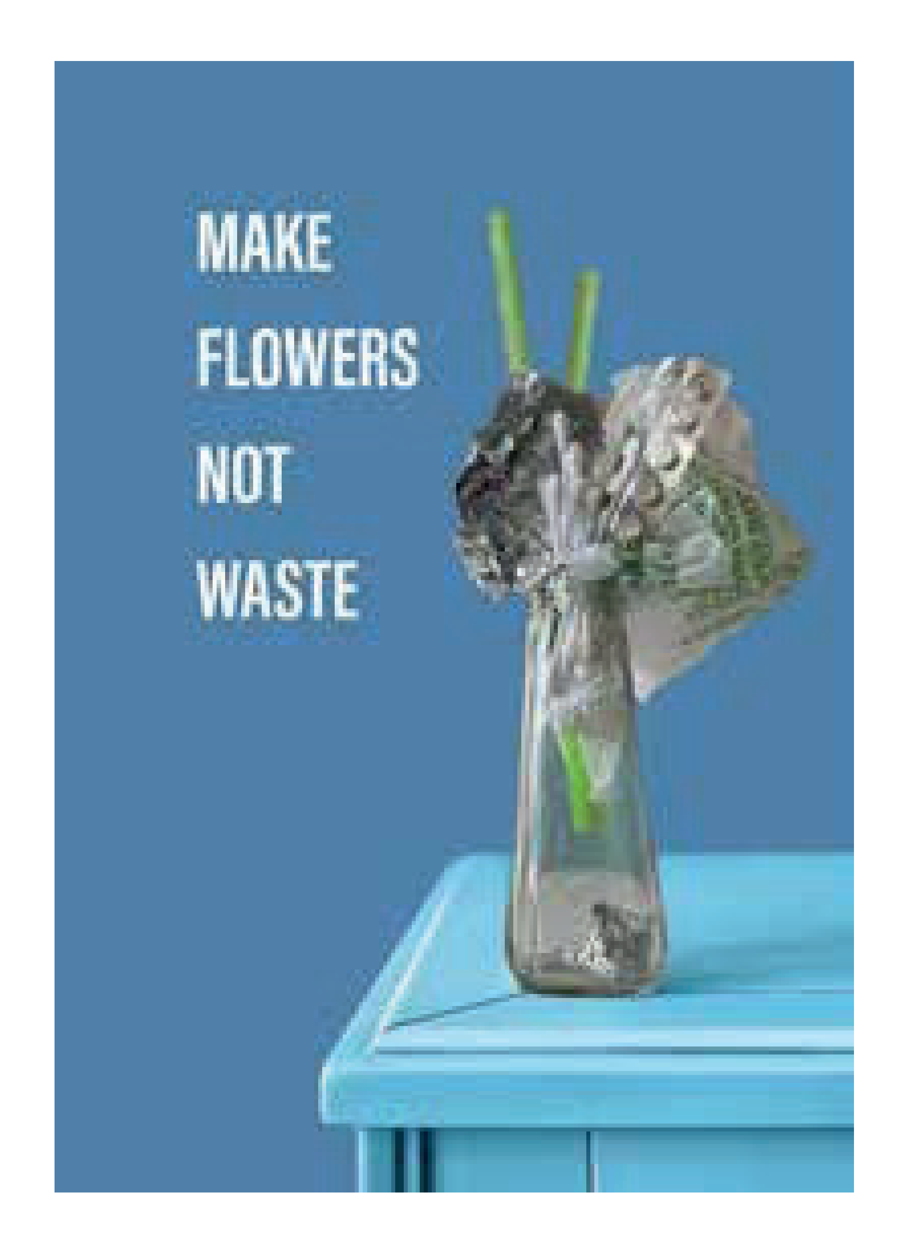


Рис. 10. Евдокимович Полина, «Сделать букет без затрат», 2021 г.



Рис. 11. Кергет Анастасия, «Это наш дом?», 2021 г.



Рис. 12. Иванова Юлия, «Берегите море от пластика», 2021 г.

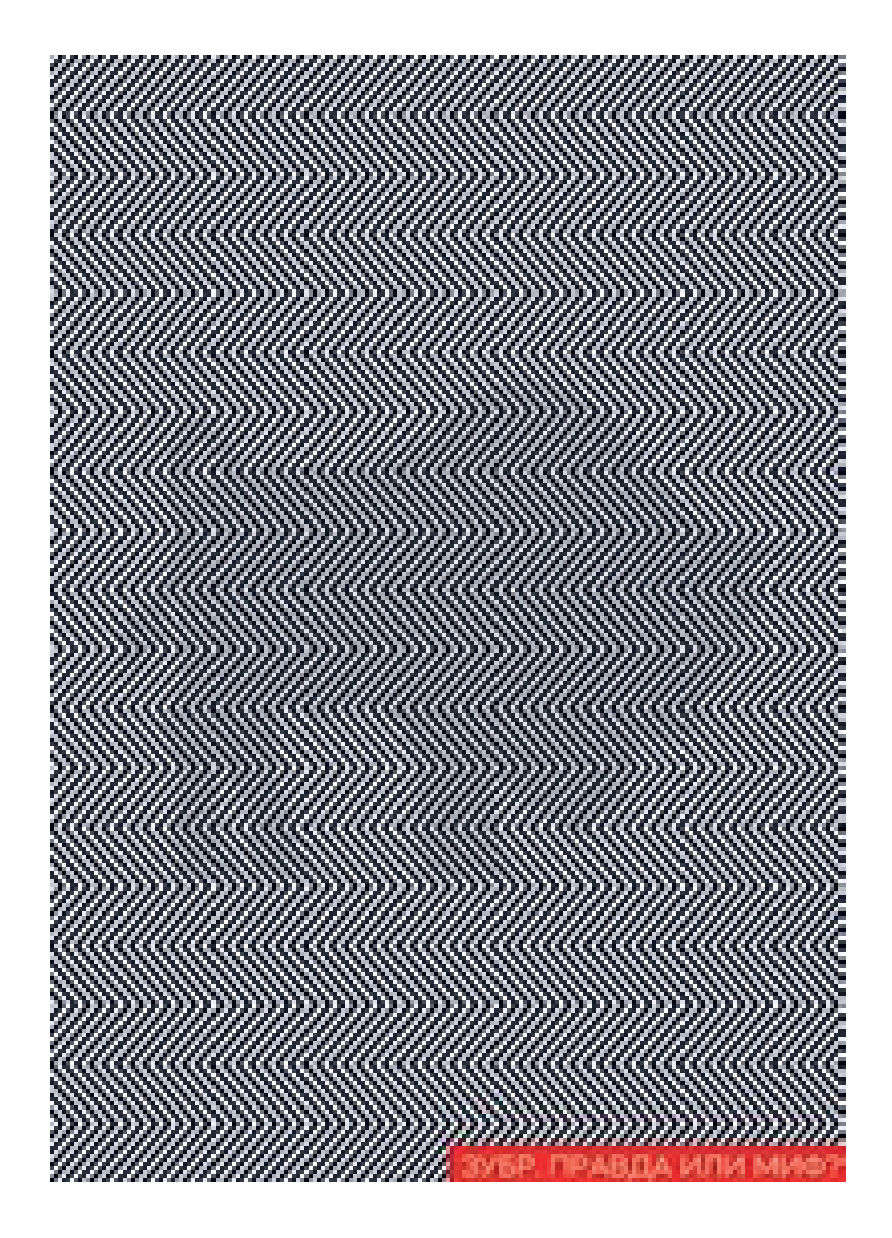


Рис. 13. Демешко Кирилл, «Зубр – правда или миф?», 2021 г.

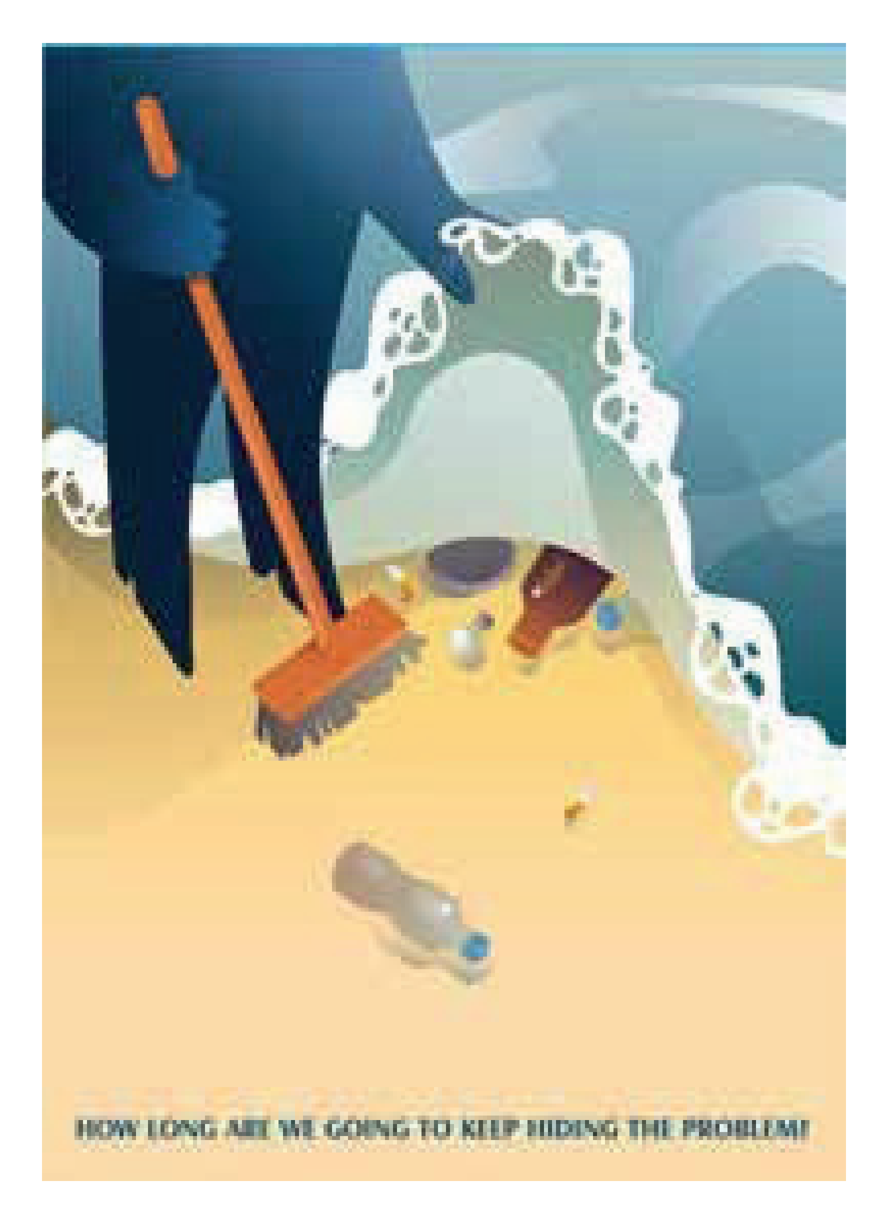


Рис. 14. Мельник Екатерина, «Как долго мы будем скрывать проблему?», 2021 г.

4. ТЕХНОЛОГИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МЕТОДА ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В РАМКАХ ДИСЦИПЛИНЫ «ОБЪЕМНО-ПЛАСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ»

TECHNOLOGY OF IMPLEMENTING THE EXPERIMENTAL SHAPING METHOD WITHIN THE DISCIPLINE OF VOLUMETRIC-PLASTIC MODELING

Т. П. Сычёва
T. Sychova



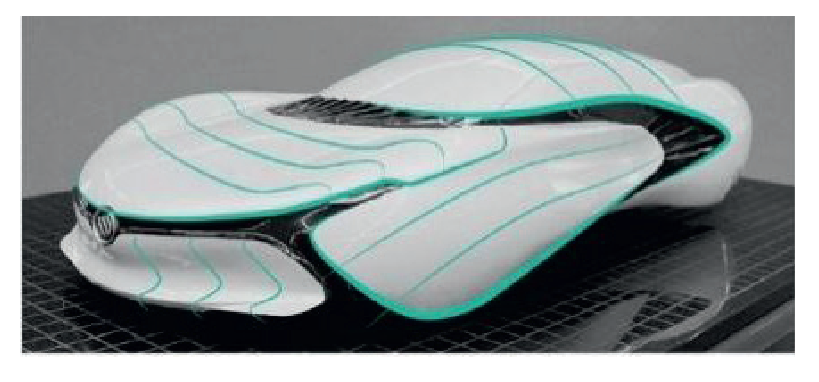


Рис. 1. Пример анализа иллюстративного материала

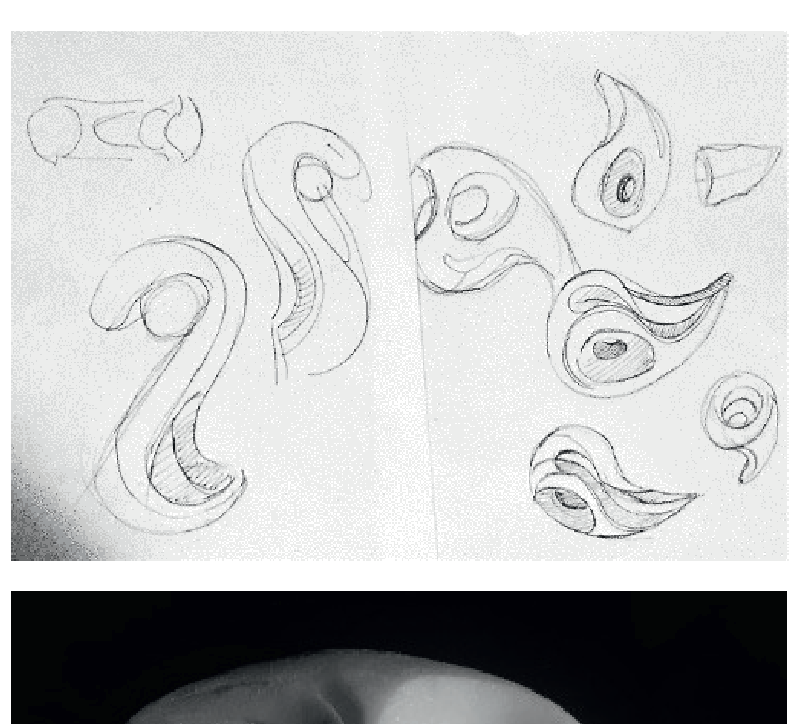




Рис. 2. Пример эскизного поиска и поискового макета





Рис. 3. Примеры экспериментального формообразования изделий бытового потребления

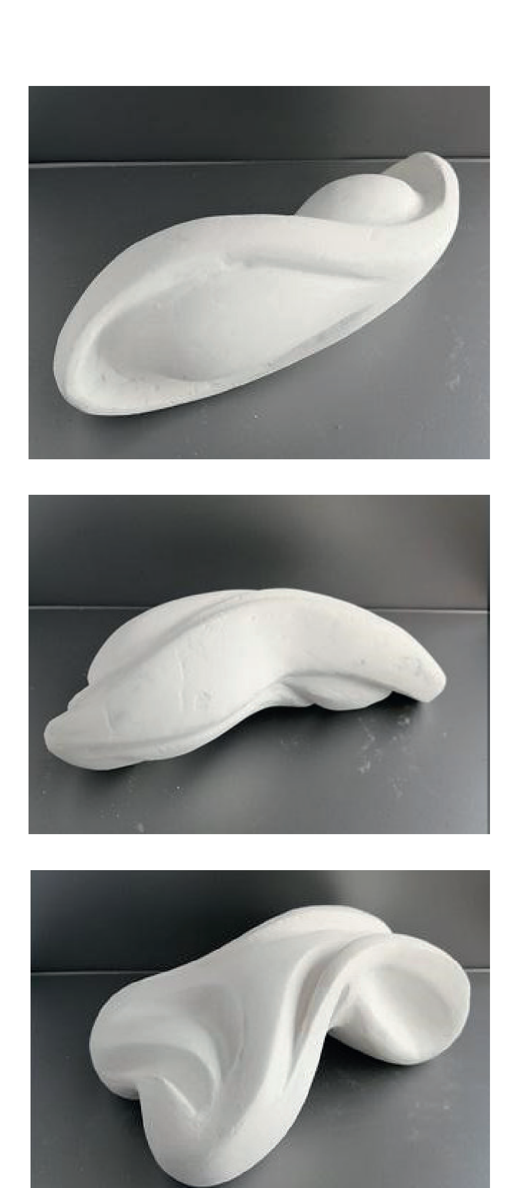


Рис. 4. Пример экспериментального формообразования легкового автомобиля S-класса

5. СИМВОЛИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

THE SYMBOLIC FUNCTION OF MODERN DESIGN

Н. Ю. Фролова
N. Frolova





Рис. 1. Дизайн-студия «Jop». Комод «Chartres II», 2009 г., полированная и патинированная бронза, сусальное золото





Рис. 2. Н. Хаас, С. Хаас. Коллекция объектов интерьера «Ferngully», 2018 г.

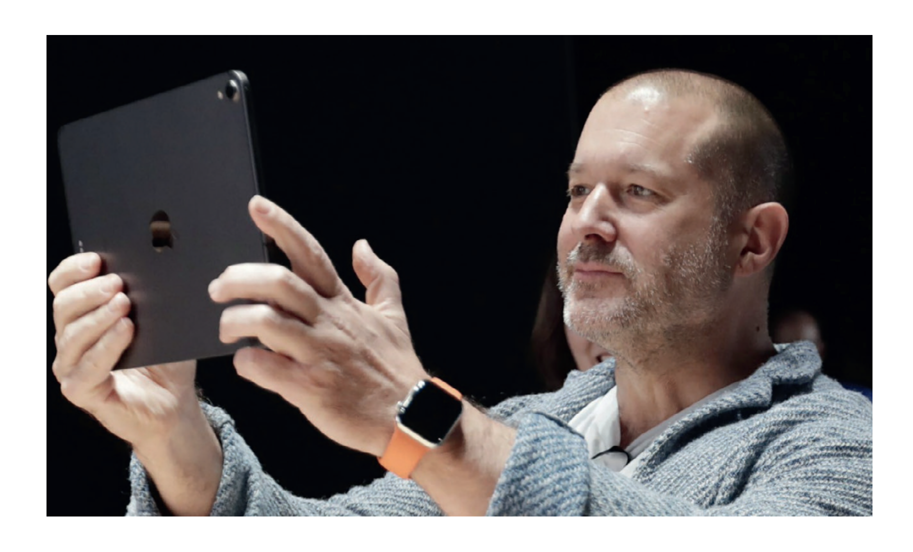


Рис. 3. Дж. Айв (*Jonathan Paul „Jony“ Ive*) –
бывший главный директор по дизайну (CDO) компании Apple



Рис. 4. Р. Оуэнс (*Rick Owens*). Коллекция осень-зима ’21



Рис. 5. И. Ван Харпен (*Iris Van Herpen*). Коллекция от кутюр весна-лето ‘20

Рис. 6. Н. Фукасава Н. Проект «Unveil», 2016 г.,
композит GeoMimicry®, формовка, уникаты





Рис. 7. Н. Фукасава Н. Проект «Unveil», 2016 г.,
композит GeoMimicry®, формовка, уникаты

6. ГЕНЕРАТИВНАЯ ПРИРОДА ФОРМЫ – ТОЧКА: АБСТРАКТНЫЙ ОРНАМЕНТ

GENERATIVE NATURE OF THE FORM – DOT: ABSTRACT ORNAMENT

И. А. Шарапов
I. Sharapov

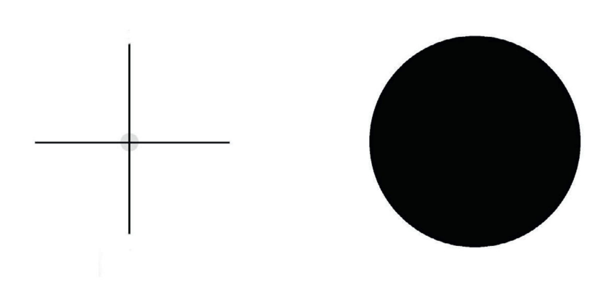


Рис. 1. Масштабируемость: от точки к окружности

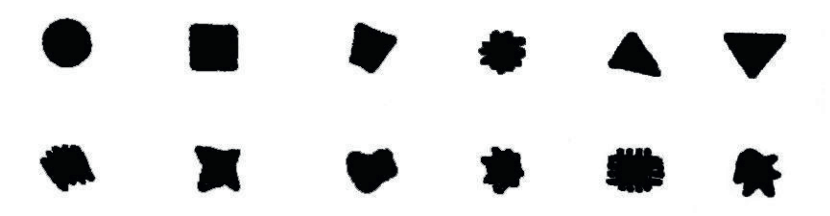


Рис. 2. Трансформация формы точки (по Кандинскому)

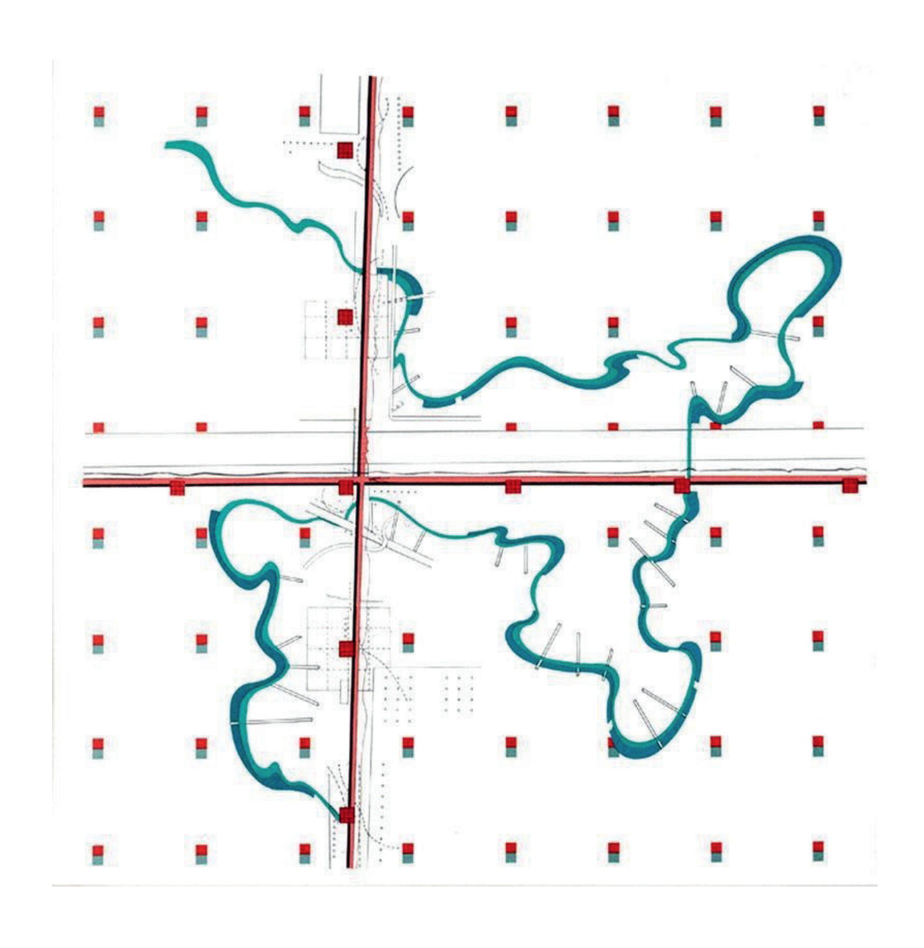


Рис. 3. Концепция плана парка Ла Виллетт.
Точечная индексация. архитектор Б. Чуми

7. СИСТЕМА РАЗРАБОТКИ ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНОГО РЕШЕНИЯ ЛИМИТИРОВАННОЙ СЕРИИ ЧАСОВ «ЛУЧ» В РАМКАХ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

SYSTEM OF DEVELOPMENT OF ARTISTIC-FIGULATORY SOLUTIONS OF THE LIMITED EDITION OF WATCHES «LUCH» IN THE FRAMEWORK OF INDUSTRIAL AND TECHNOLOGICAL PRACTICE

О. Ф. Корженевич
O. Karzhanevich



Рис. 1. Первая лимитированная серия часов к 100-летию Белорусского государственного университета разработанная О. Ф. Корженевич, 2021 г.



Рис. 2. Победитель конкурса «MUST ART–2019» коллекция «Уновис», разработанная В. Радомским в стиле супрематизма



Рис. 3. Победитель конкурса «MUST ART– 2021» серия Vinyl, разработанная Д. Шереметьевым



Рис. 4. Победитель конкурса «MUST ART– 2022»,
серия будильников, разработанная Н. Гриценей



Рис. 5. Победитель конкурса «MUST ART–2022»,
серия будильников, разработанная А. Савичем



Рис. 6. Победитель конкурса «MUST ART–2022»
будильник, разработанный А. Ивановской



Рис. 7. Победитель конкурса «MUST ART–2022»,
серия будильников, разработанная А. Кошелевым

8. ПРОЕКТИРОВАНИЕ СПЕЦОДЕЖДЫ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ ЭРГОДИЗАЙНА

WORKWEAR DESIGN BASED ON ERGODESIGN PRINCIPLES

Л. Х Фаритова, В. И. Качева
L. Faritova, V. Kacheva

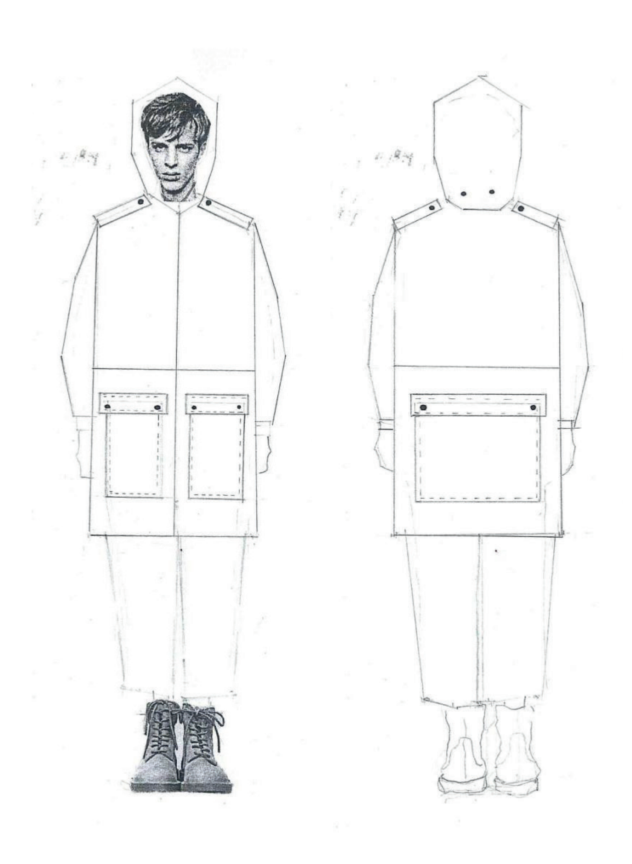


Рис. 1. Эскиз модели куртки-дождевика

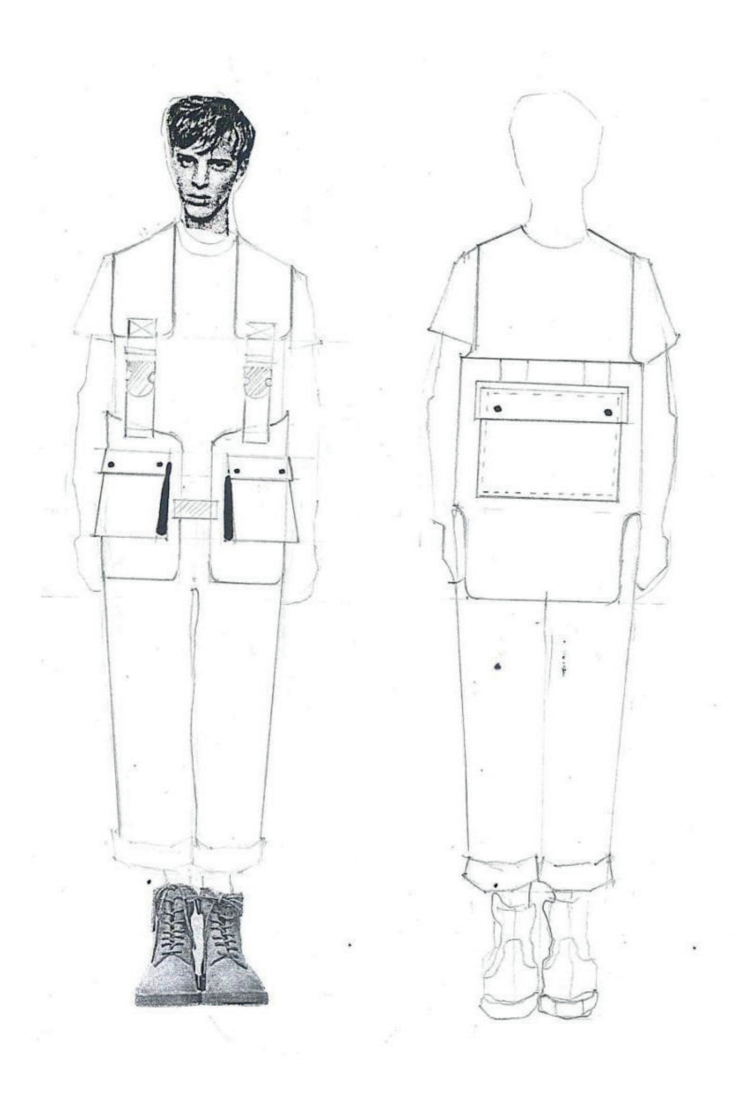


Рис. 2. Эскиз модели куртки-дождевика

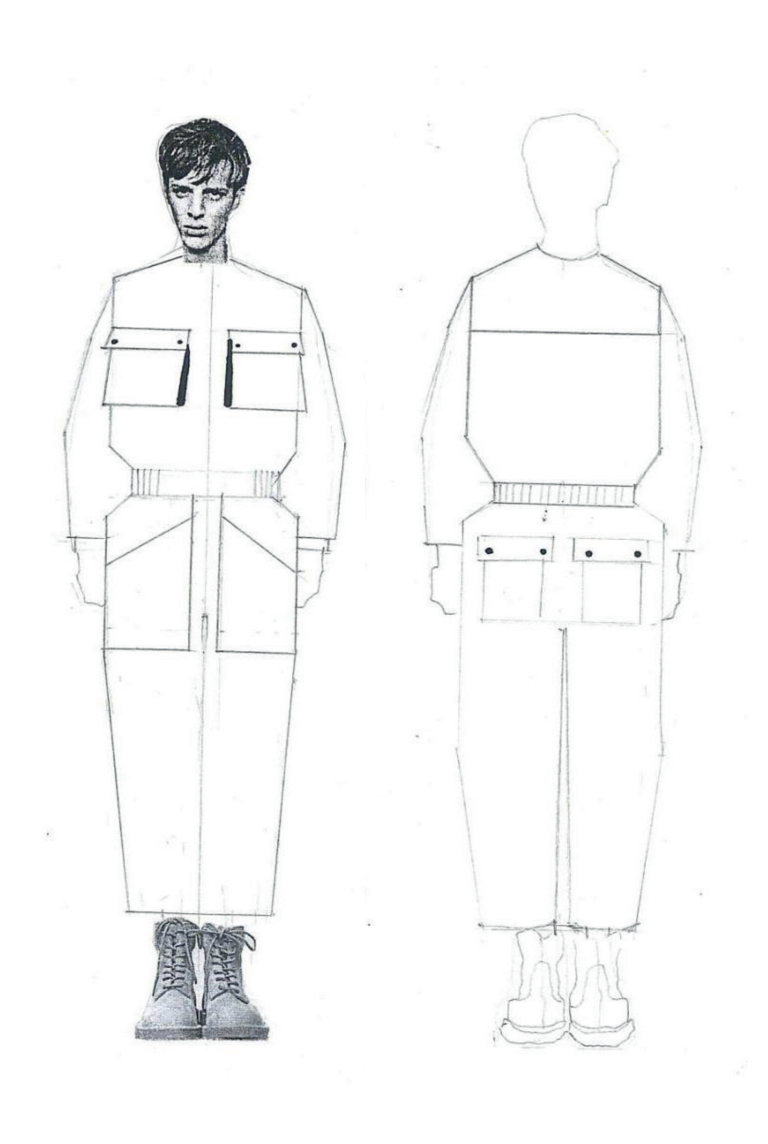


Рис. 3. Эскиз модели комбинезона

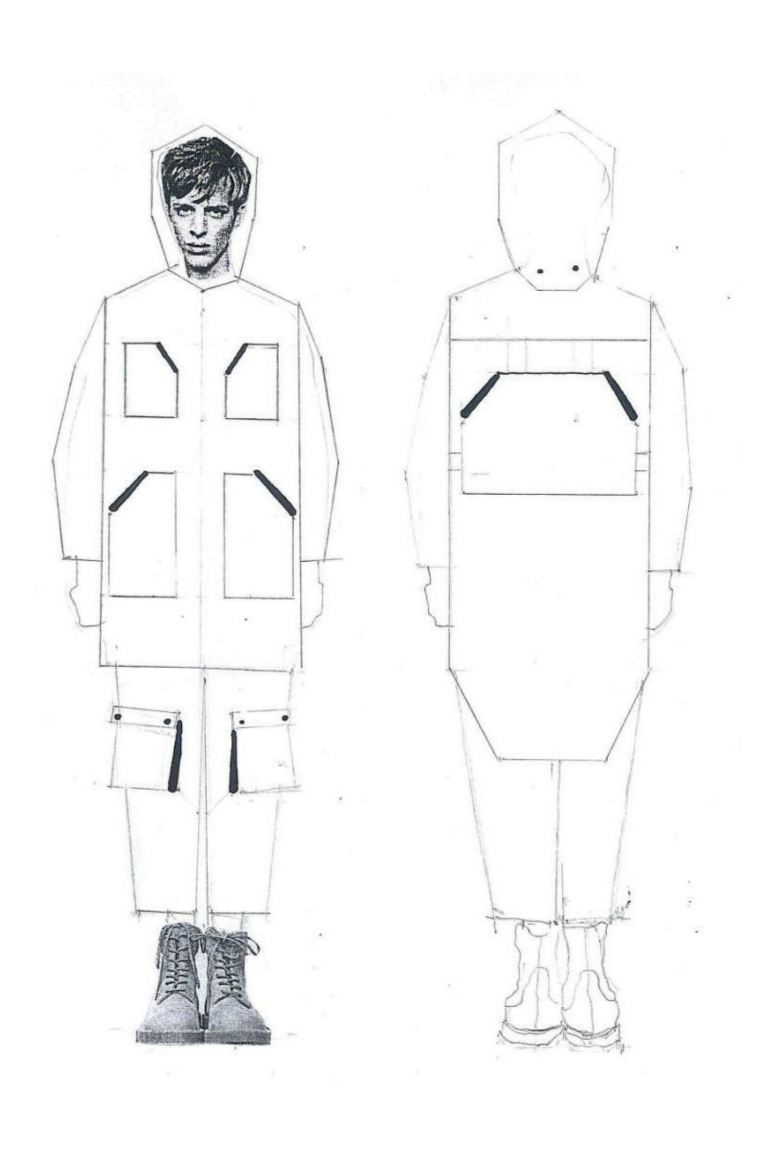


Рис. 4. Эскиз модели комплекта из куртки и брюк



Рис. 5. Фотография коллекции

ОСОБЕННОСТИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ЗНАКА В СОВРЕМЕННОМ ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

FEATURES OF THE VISUAL SIGN IN CONTEMPORARY GRAPHIC DESIGN

В. С. Жаркевич, Ю. И. Грицкевич
V. Zharkevich, Y. Gritskevich

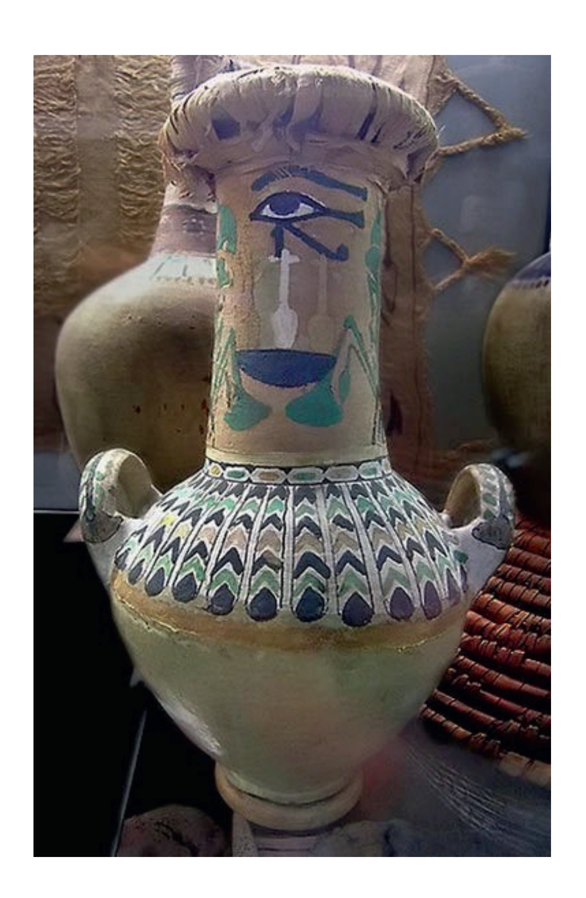


Рис. 1. Керамика Древнего Египта





Рис. 2. а) Наскальная живопись пещерыАльтамира. Сцены охоты;
б) Наскальные рисунки, созданные, вероятно, племенами, населявшими современный Алжир и территории близ пустыни Сахара

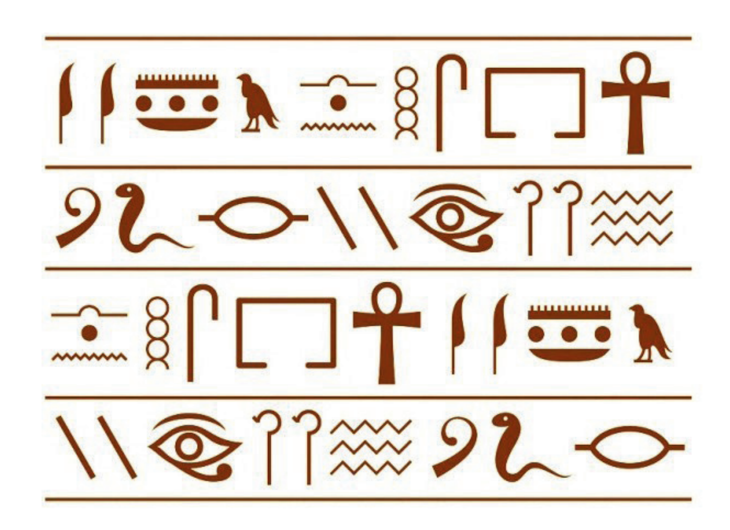


Рис. 3. Египетские иероглифы



Рис. 4. Символические изображения. Палетка Нармера. Древний Египет

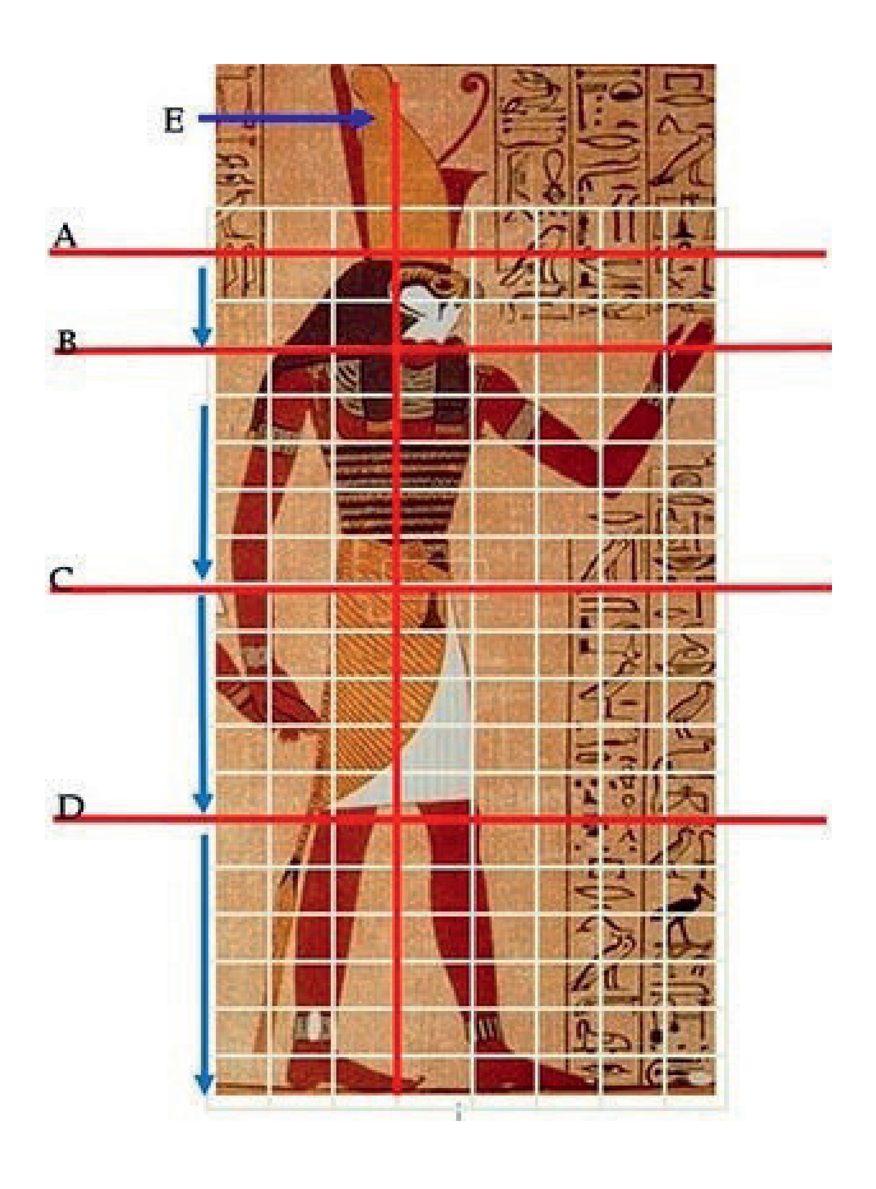


Рис. 5. Сетчатая система рельефов Древнего Египта



Рис. 6. Знаки Рюриковичей



Рис. 7. Геральдические гербы



Рис. 8. Гербы ремесленников средневековья

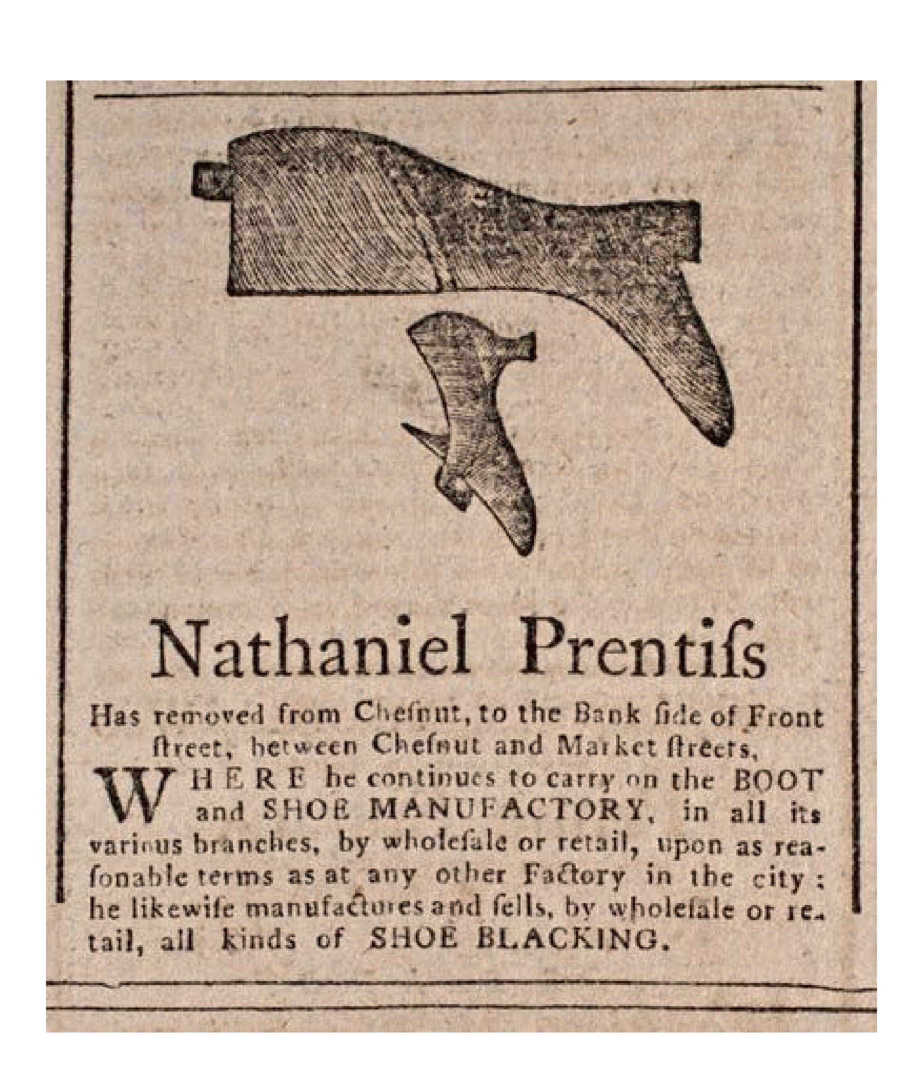


Рис. 9. Раннее печатное объявление в американской газете

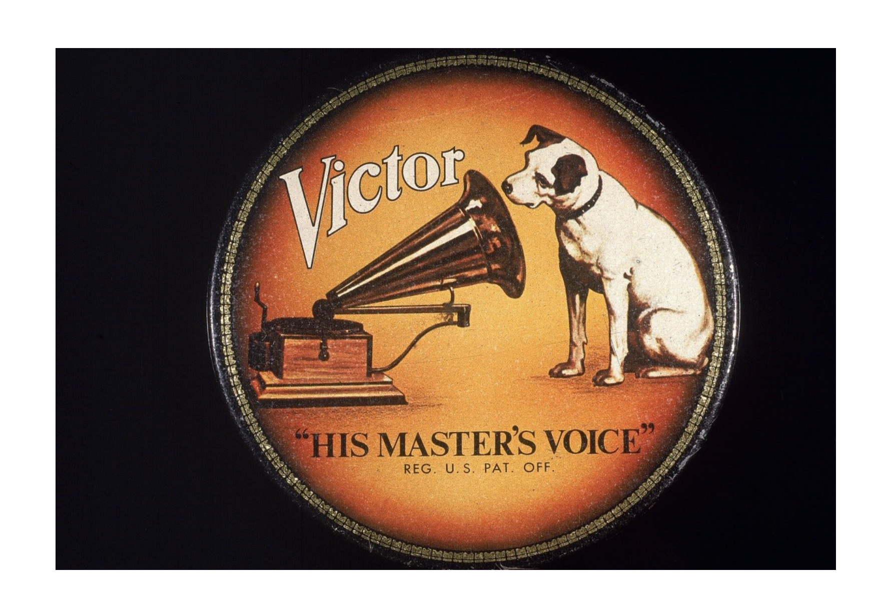


Рис. 10. Логотип компании Gramophone



Рис. 11. Логотип Coca-Cola



Рис. 12. Знаковый пиктографический логотип IBM



Рис. 13. Пиктограмма I heart NY









Рис. 14. Различные логотипы MTV

10. СУПРЕМАТИЧЕСКИЙ КОНТЕНТ: ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ МАЛЕВИЧА

SUPREMATIST CONTENT: THE POSSIBILITIES OF MALEVICH'S FORMATION

Т. В. Котович
T. Katovich

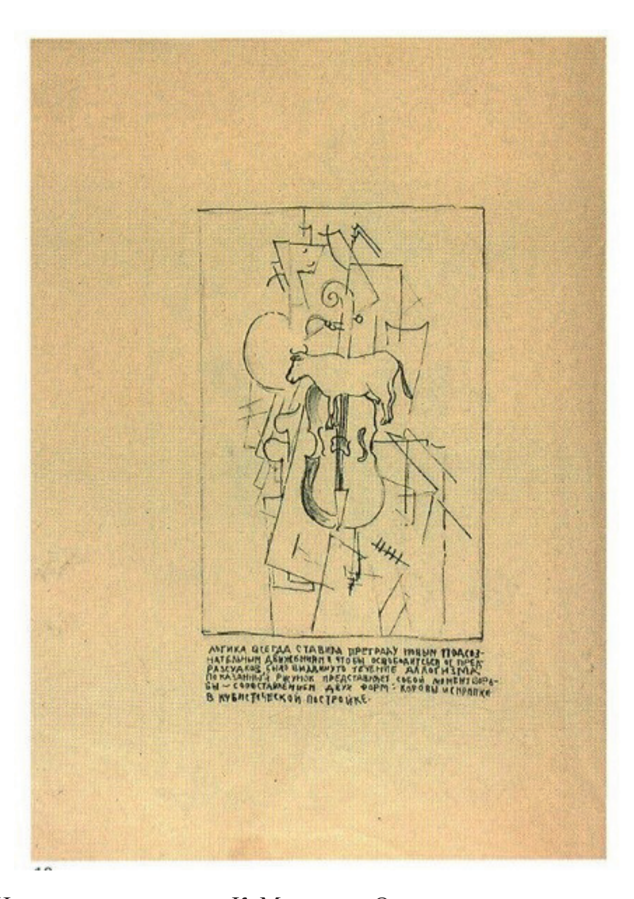


Рис. 1а. Иллюстрации из труда К. Малевича«О новых системах в искусстве»

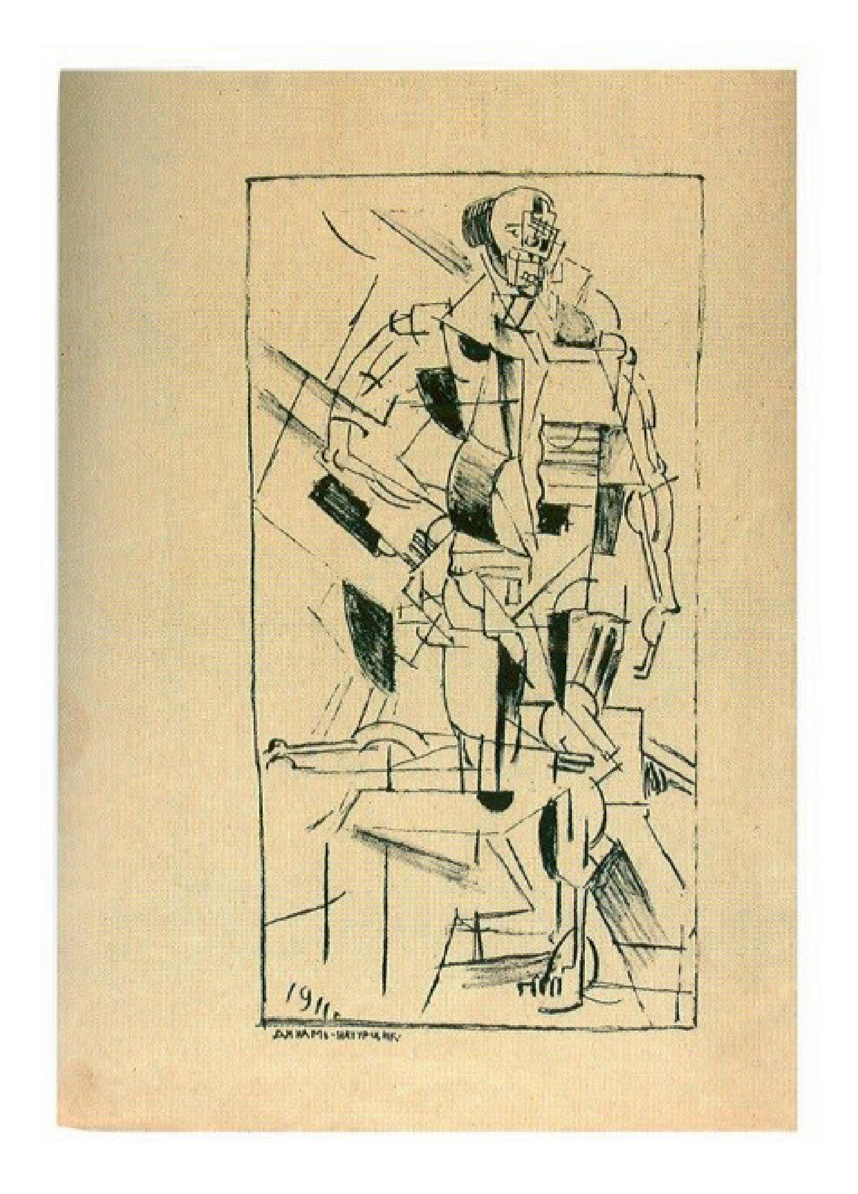


Рис. 1б. Иллюстрации из труда К. Малевича«О новых системах в искусстве»

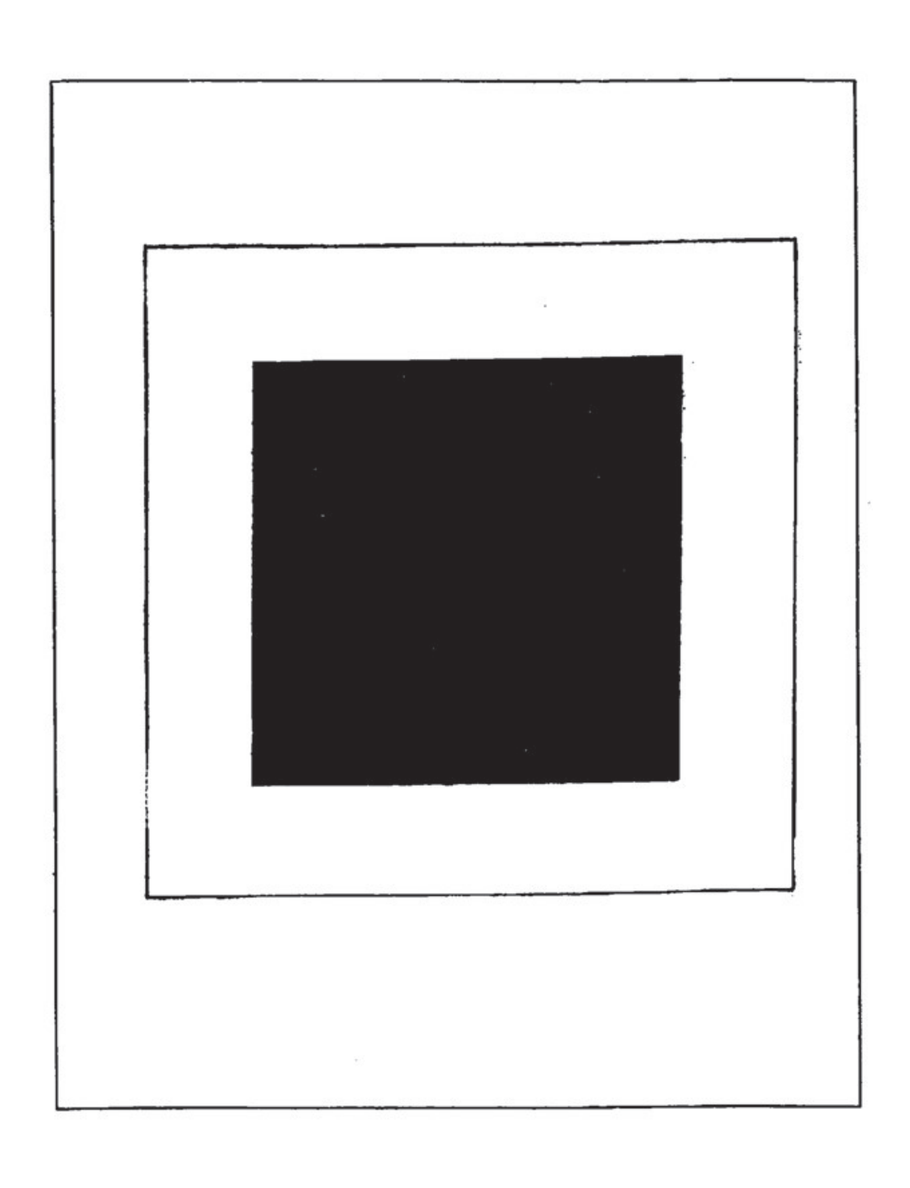


Рис. 2. № 1

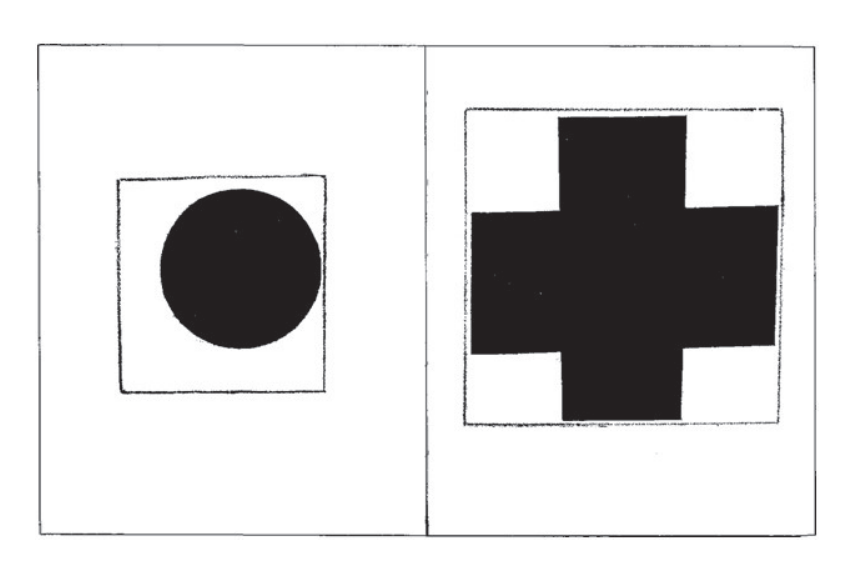


Рис. 3. № 2, № 3

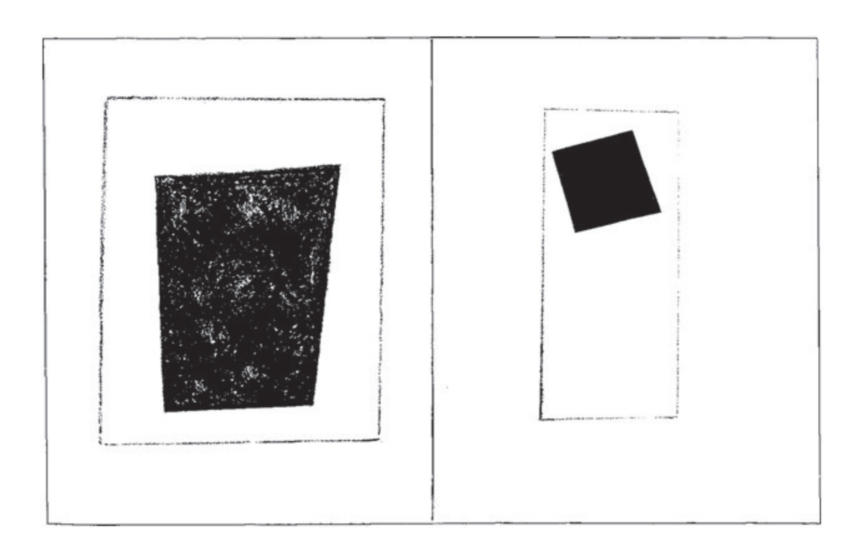


Рис. 4. № 4, № 5

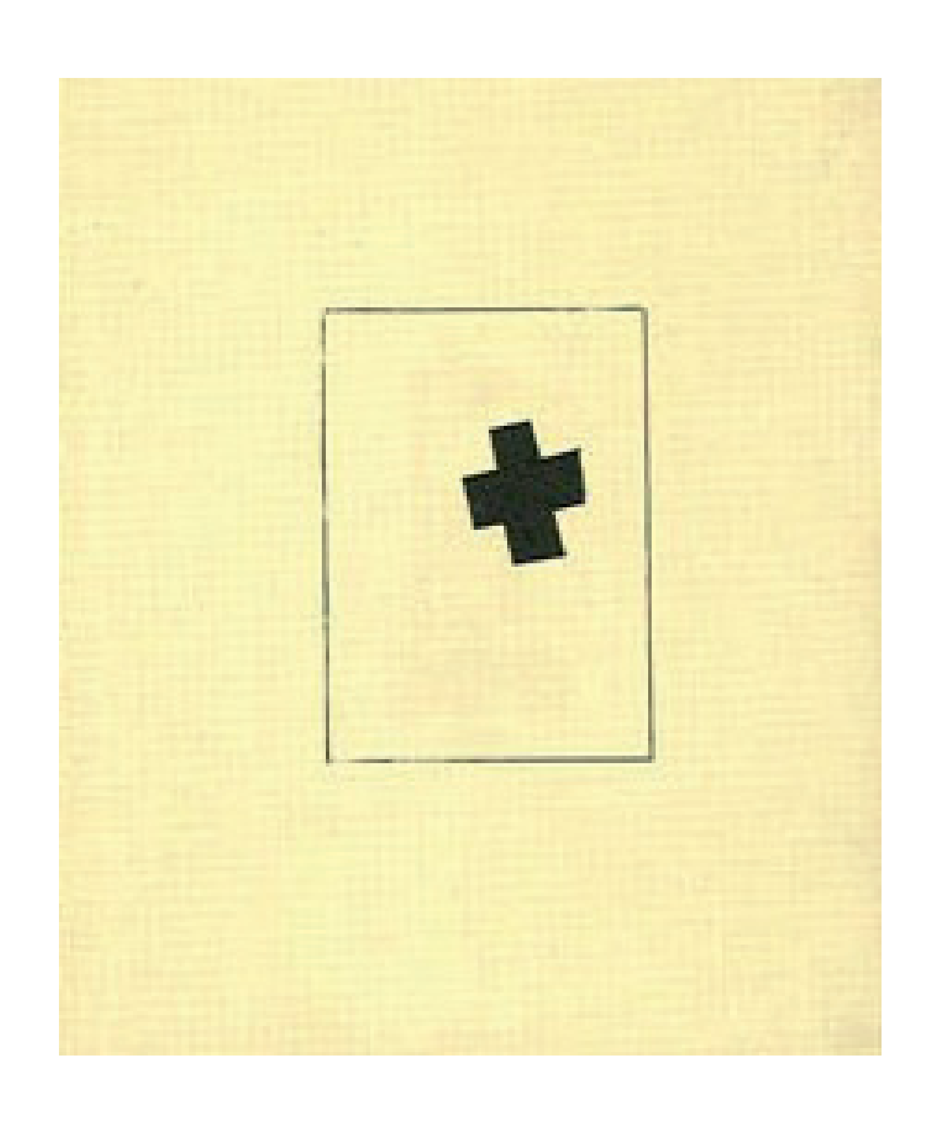


Рис. 5. № 11

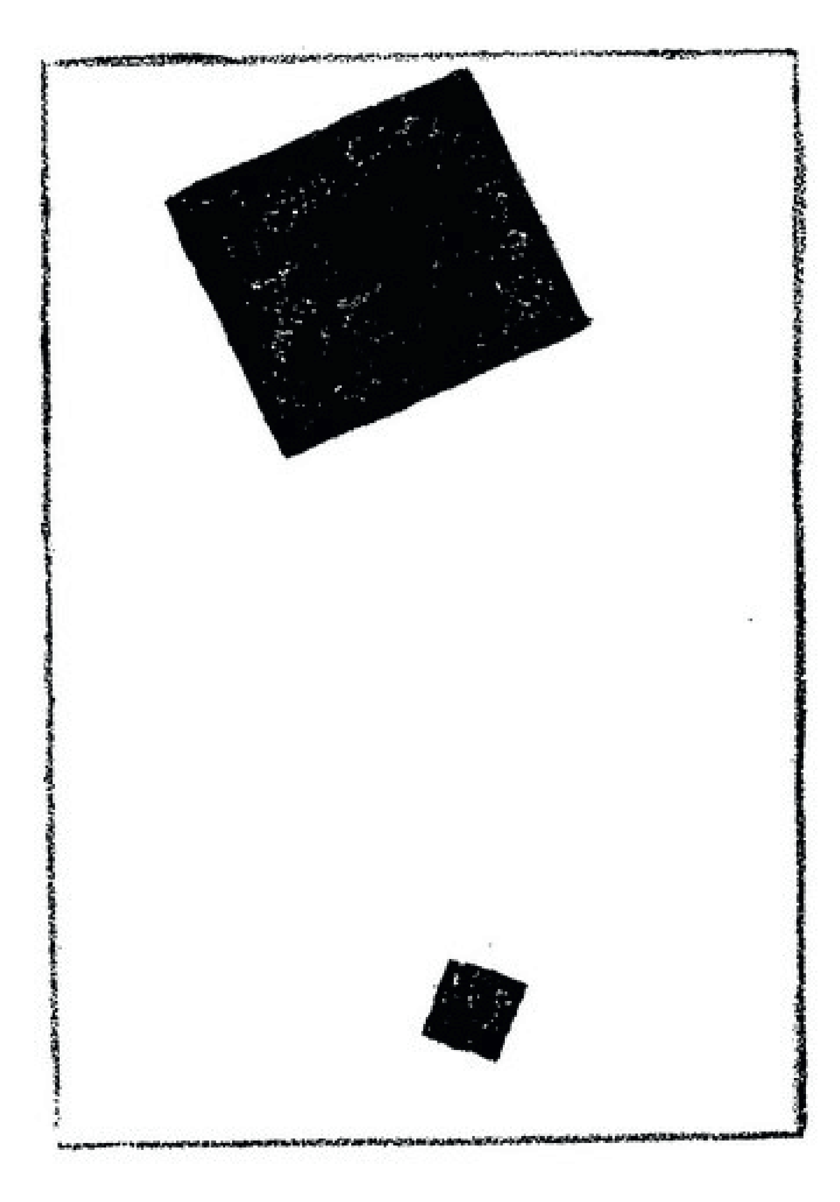


Рис. 6. № 6

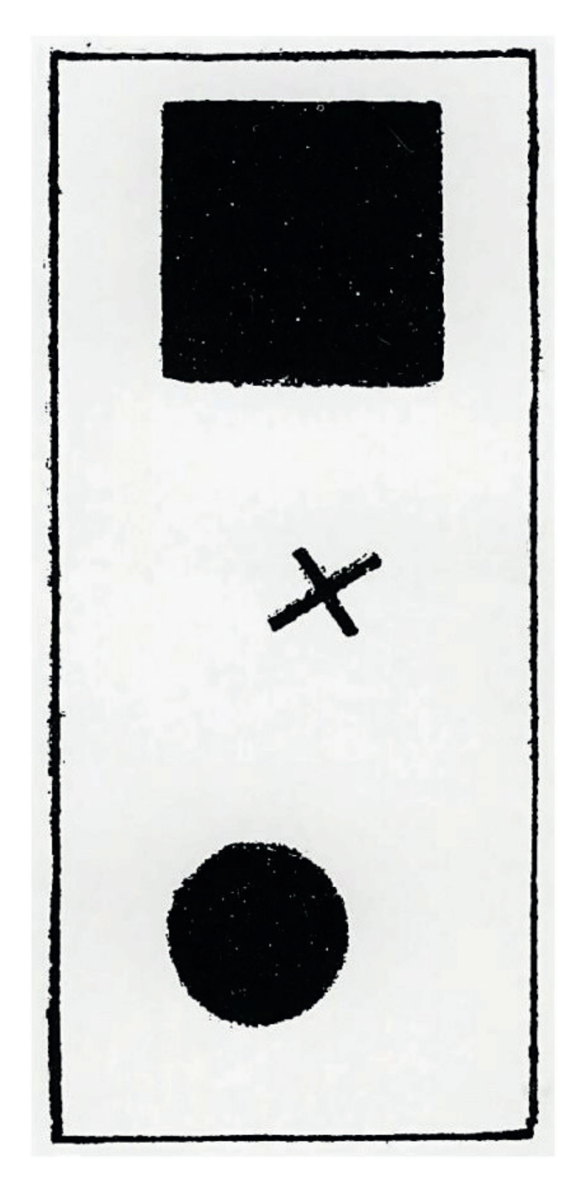


Рис. 7. № 7

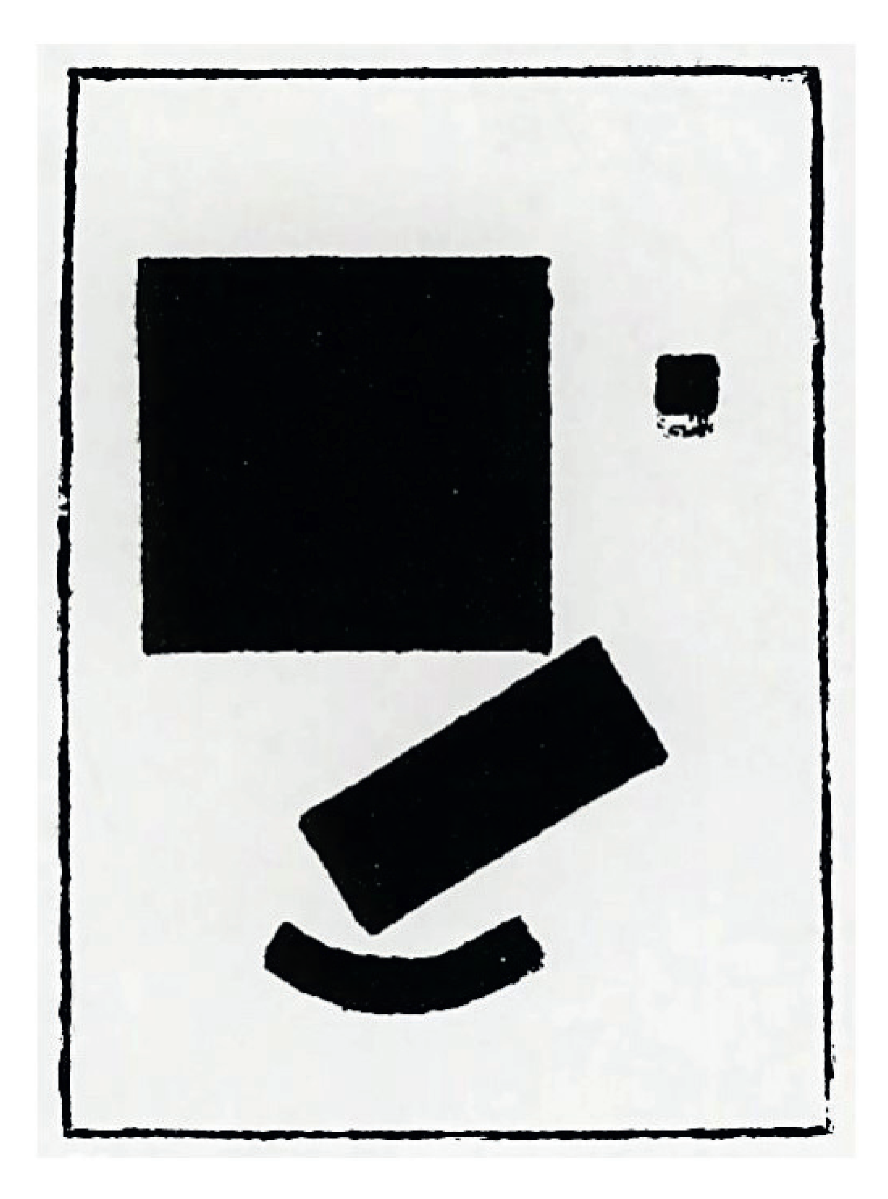


Рис. 8. № 8

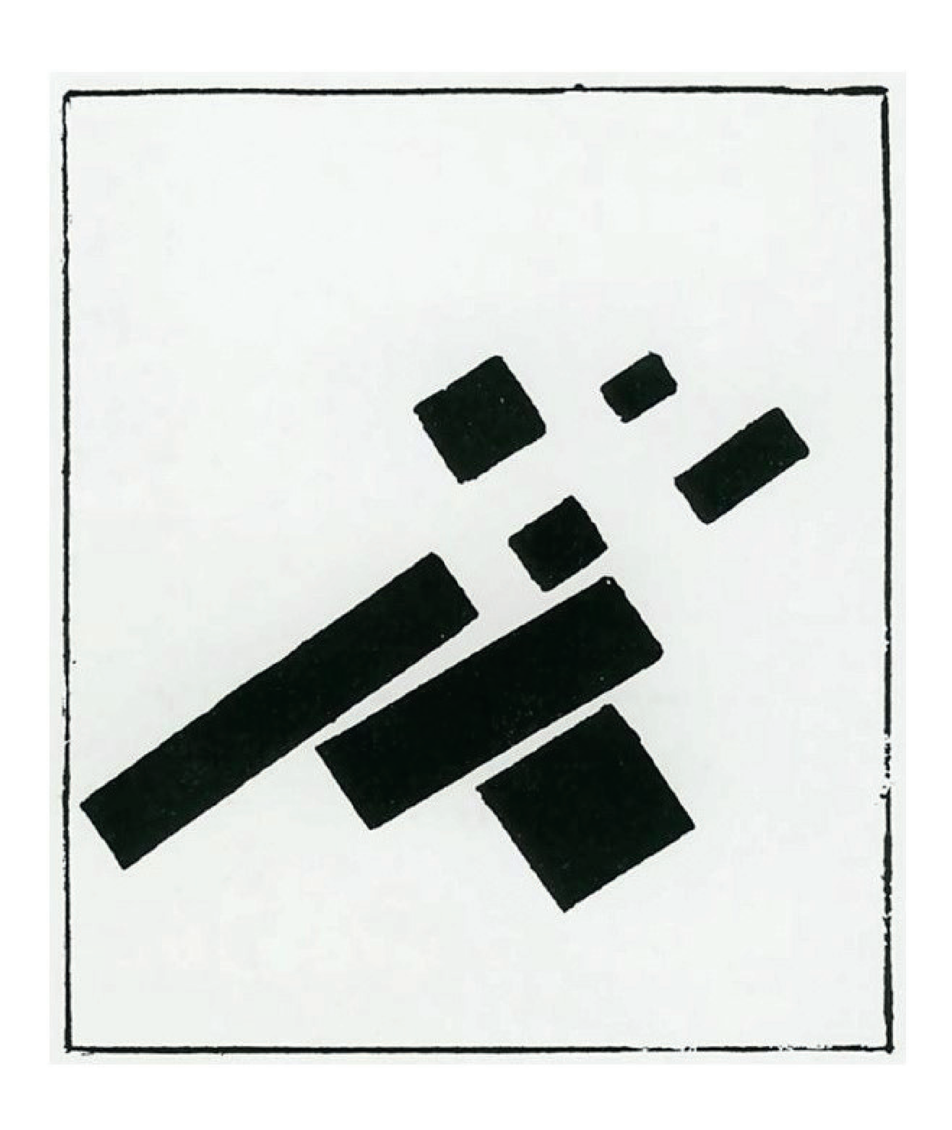


Рис. 9. № 15

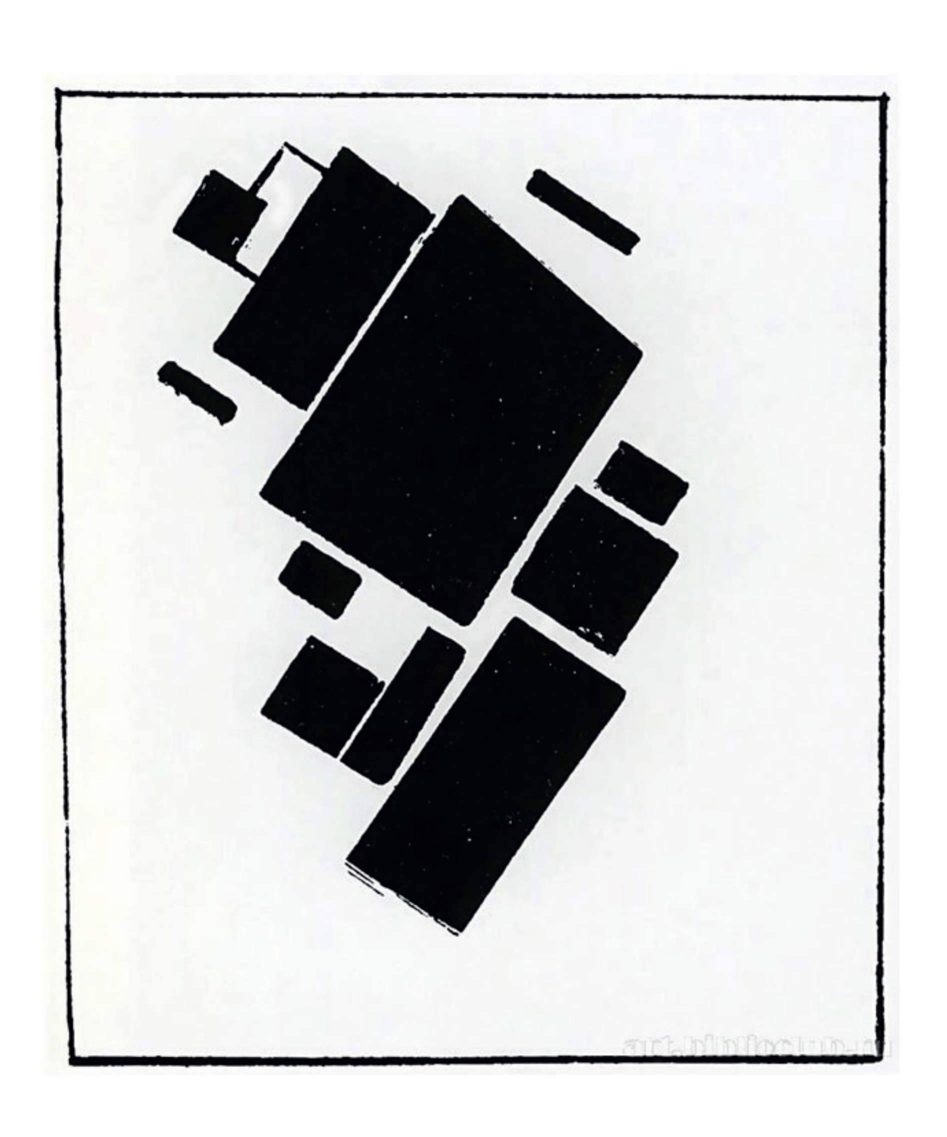


Рис. 10. № 16

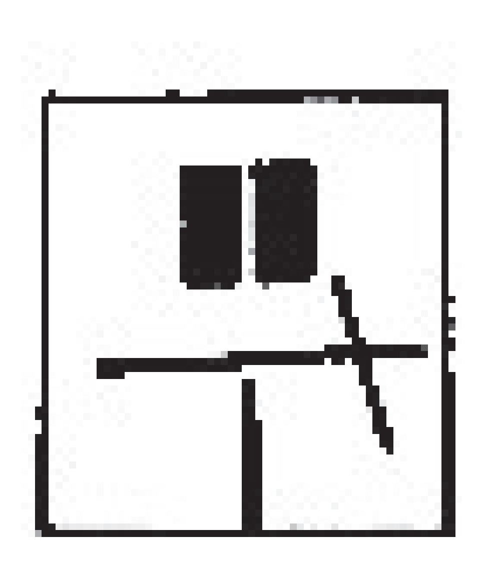


Рис. 11. № 9

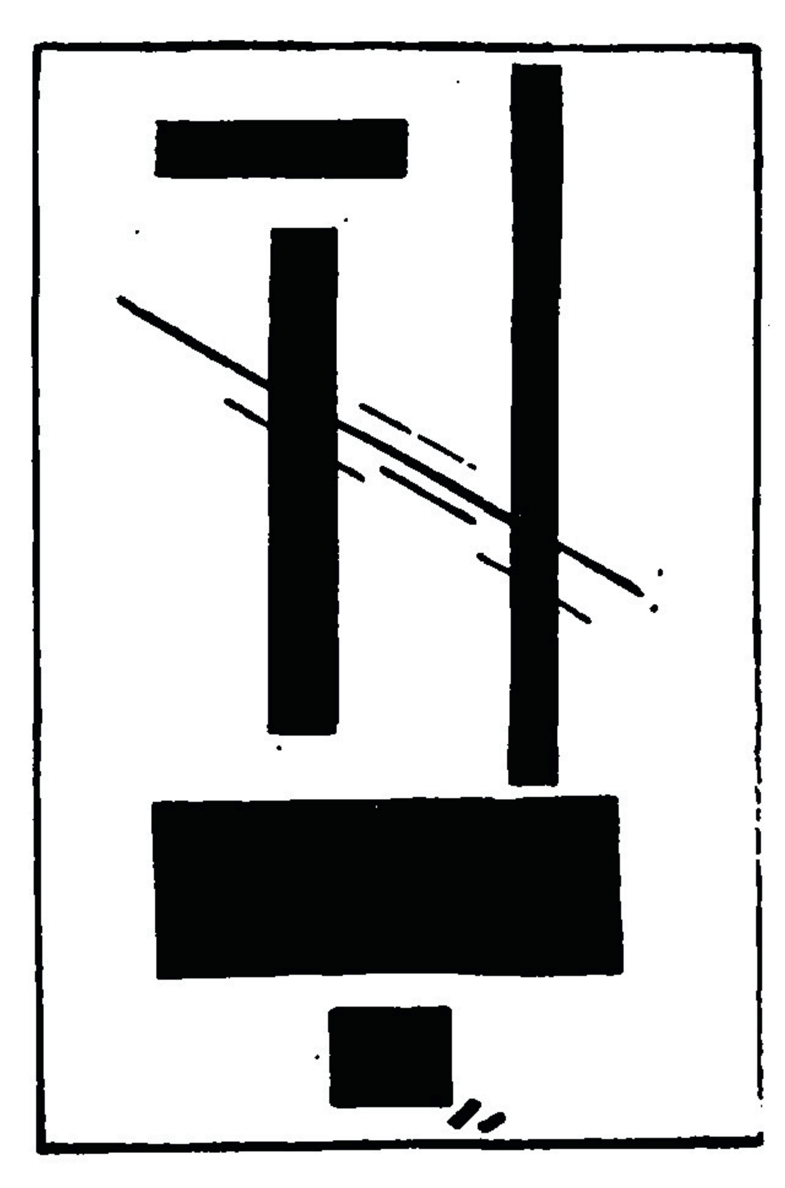


Рис. 12. № 10

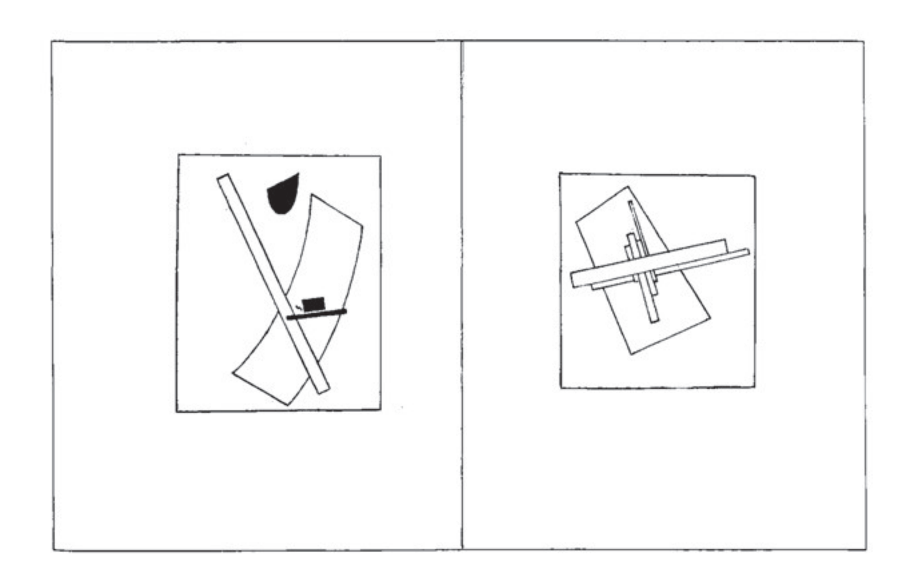


Рис. 13. № 12, № 13

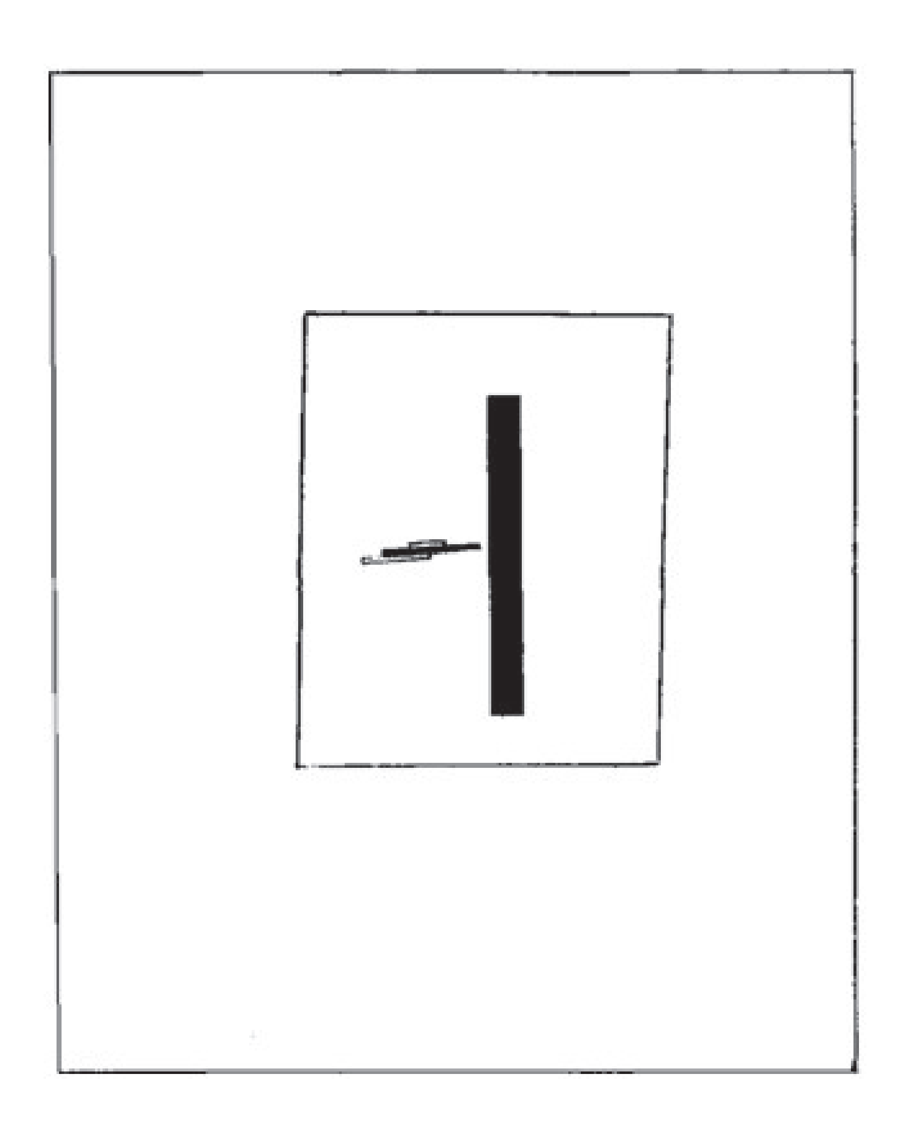


Рис. 14. № 14

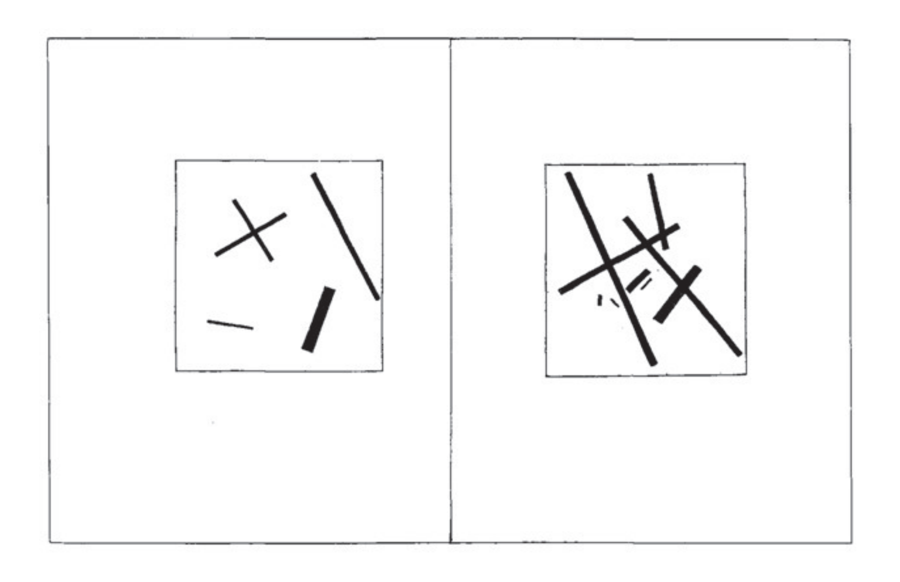


Рис. 15. № 20, № 21

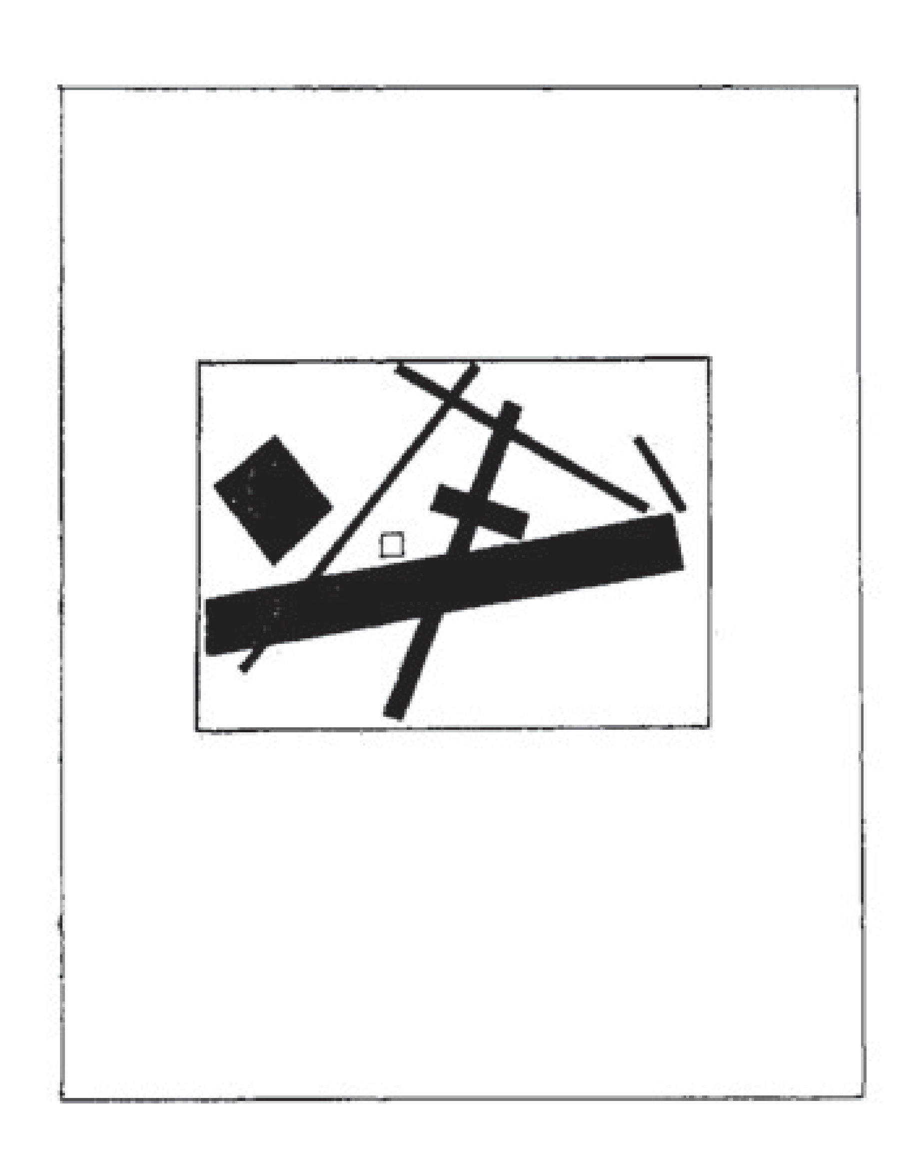


Рис. 16. № 23

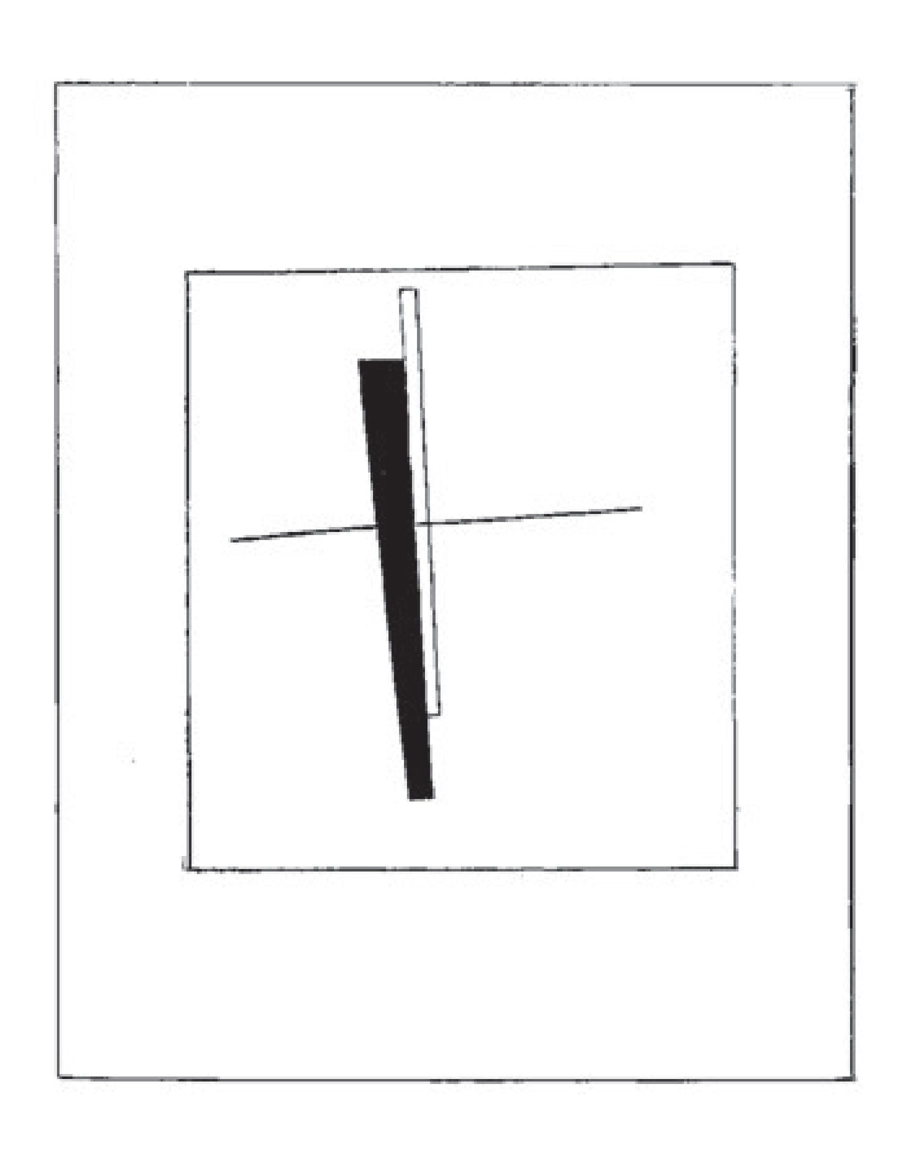


Рис. 17. № 24

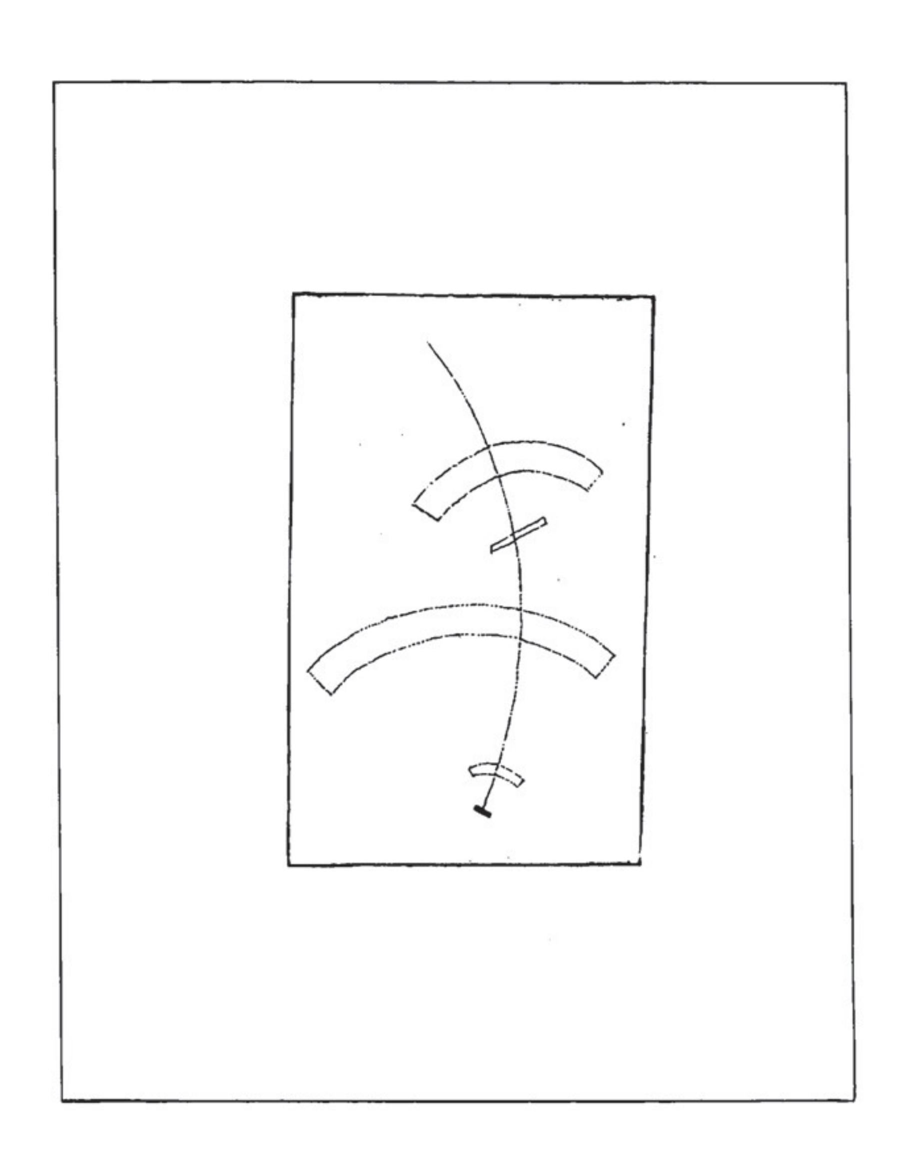


Рис. 18. № 32

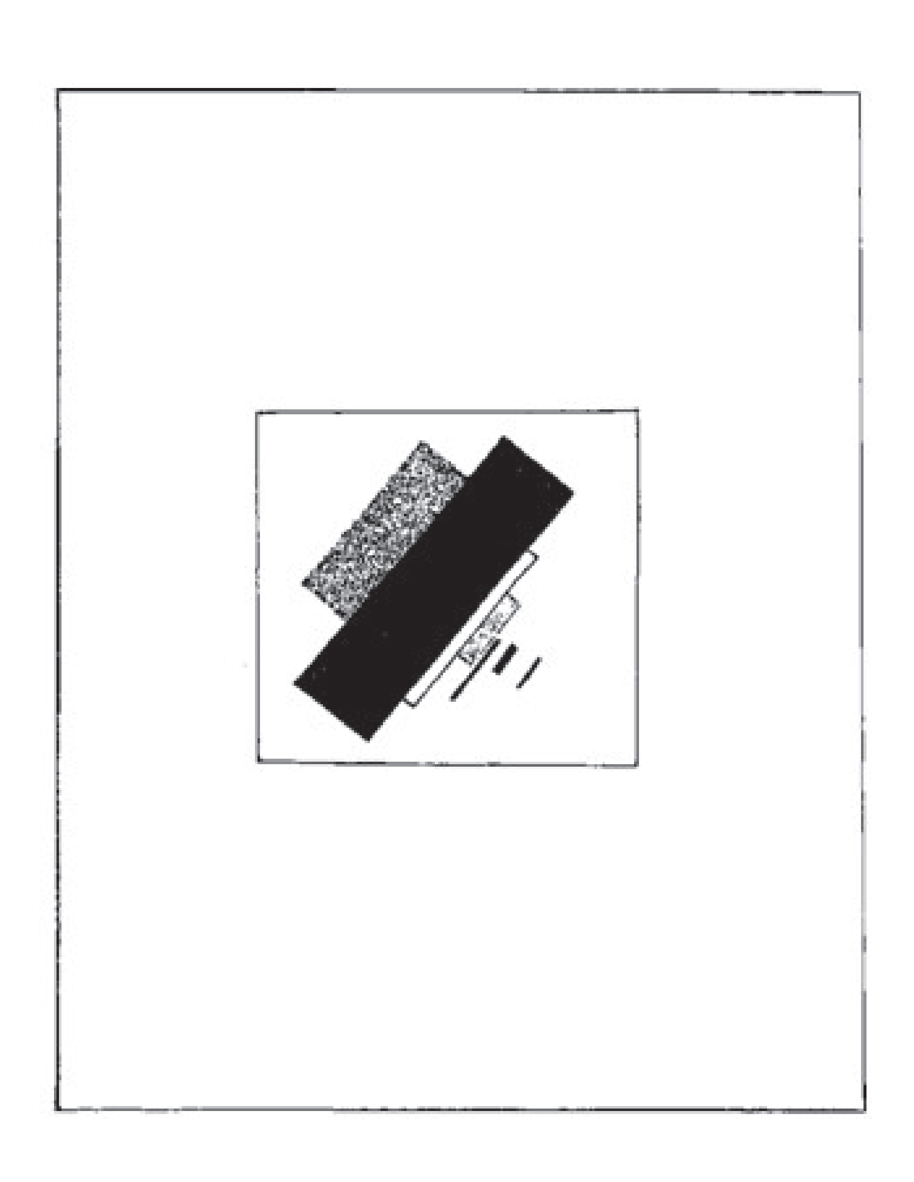


Рис. 19. № 17

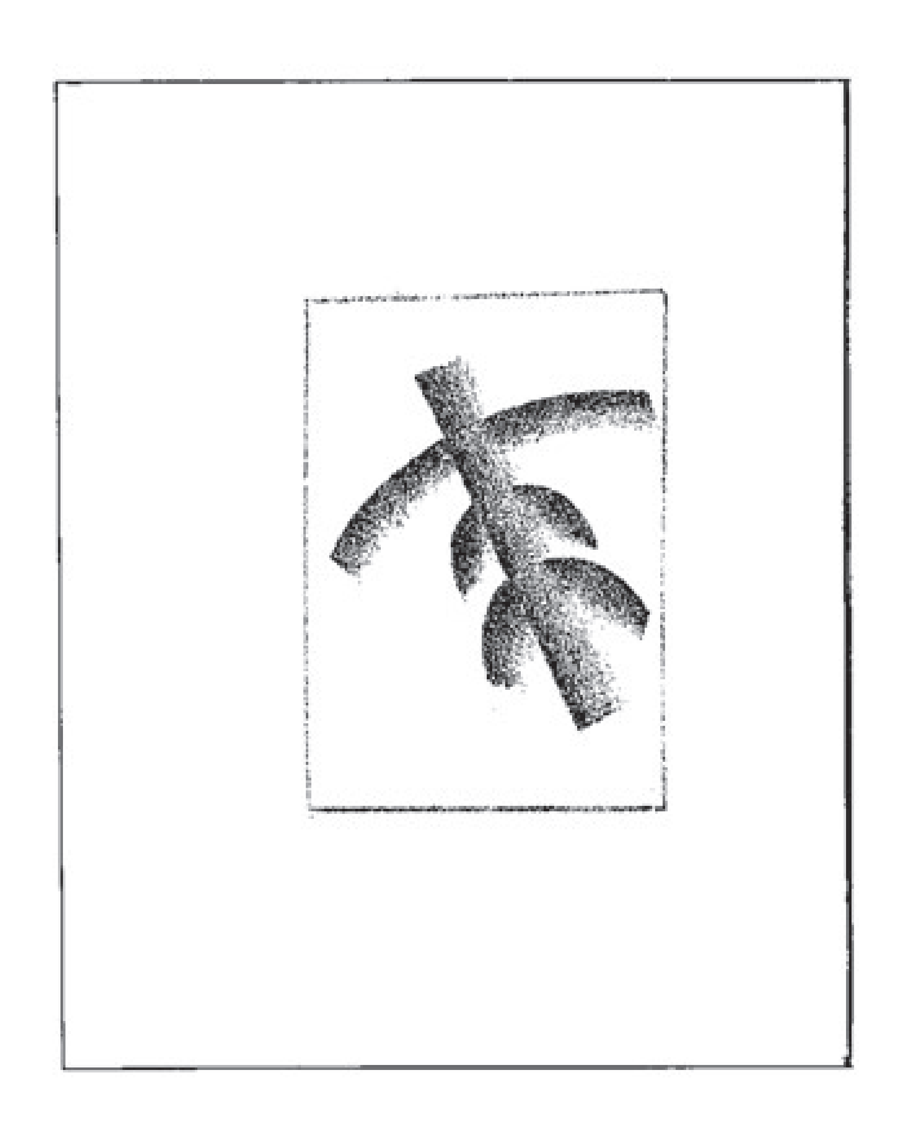


Рис. 20. № 18

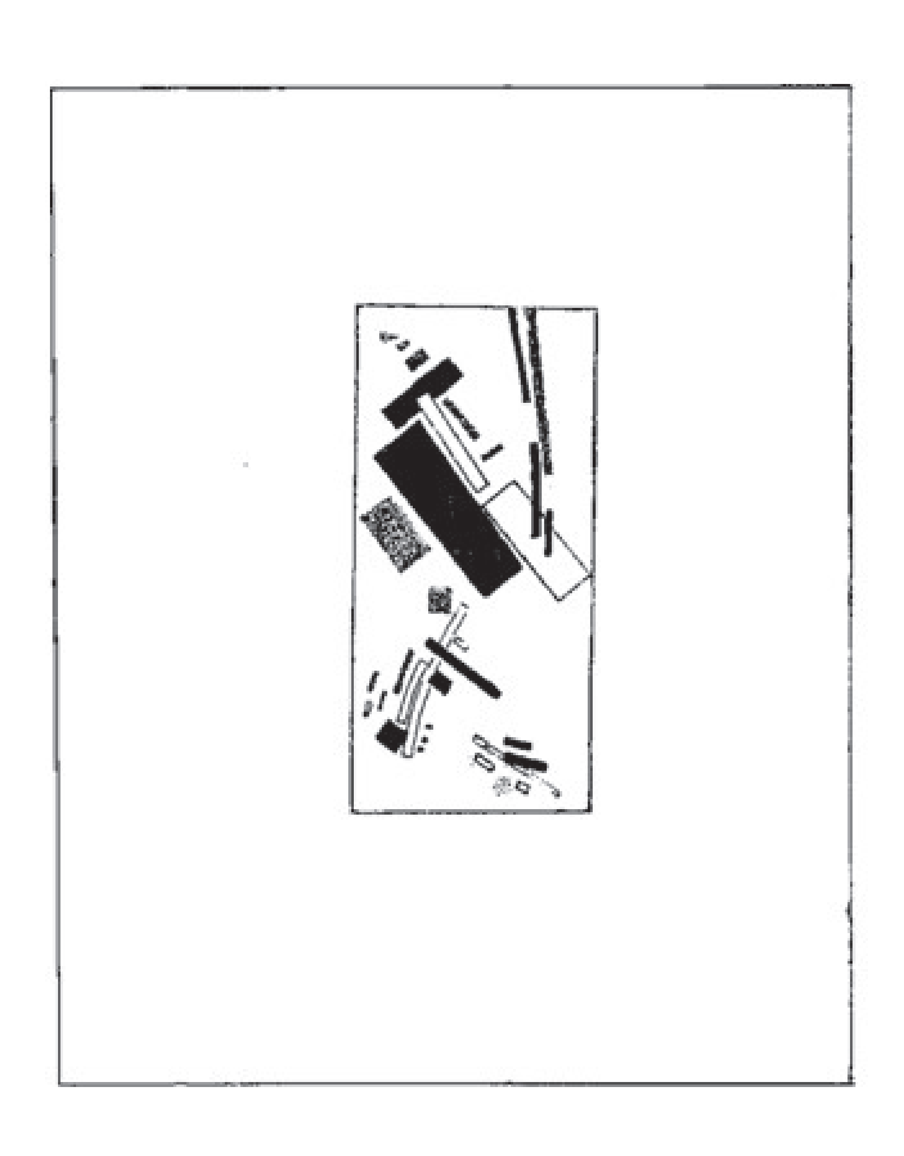


Рис. 21. № 22

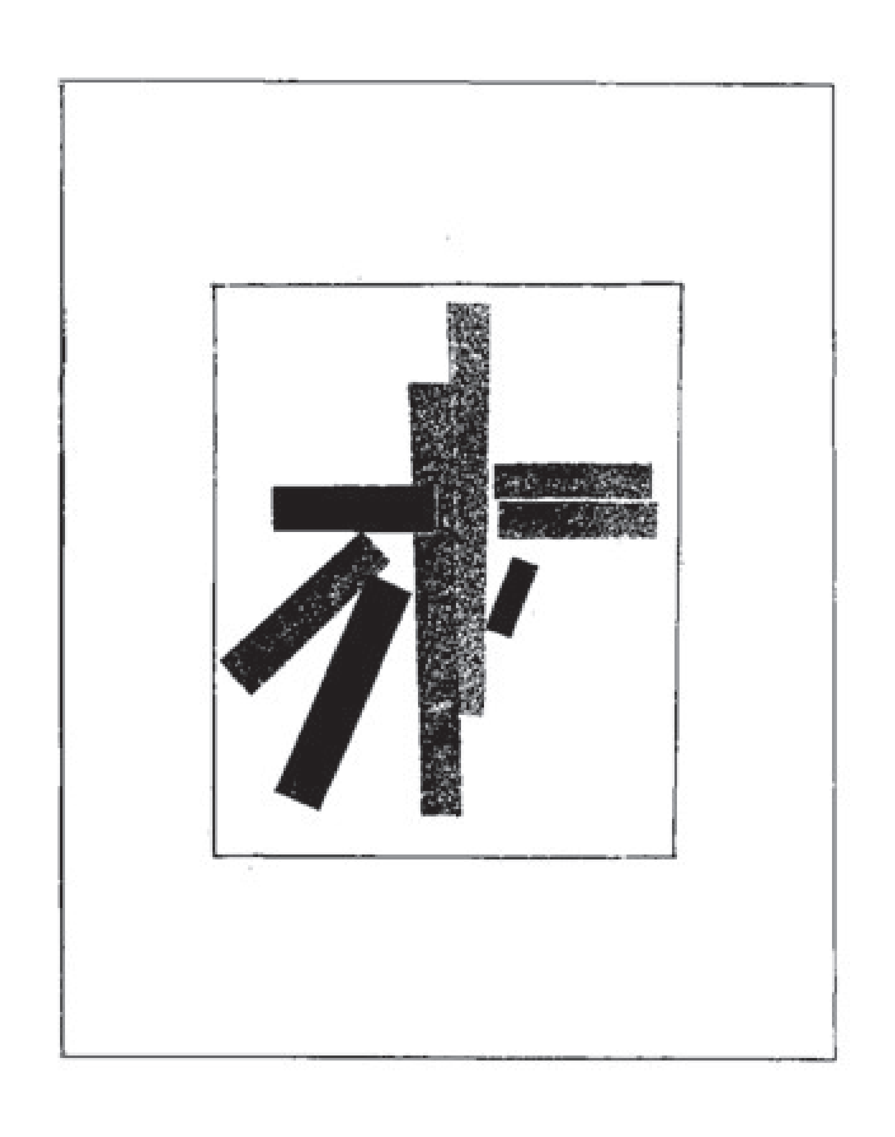


Рис. 22. № 25

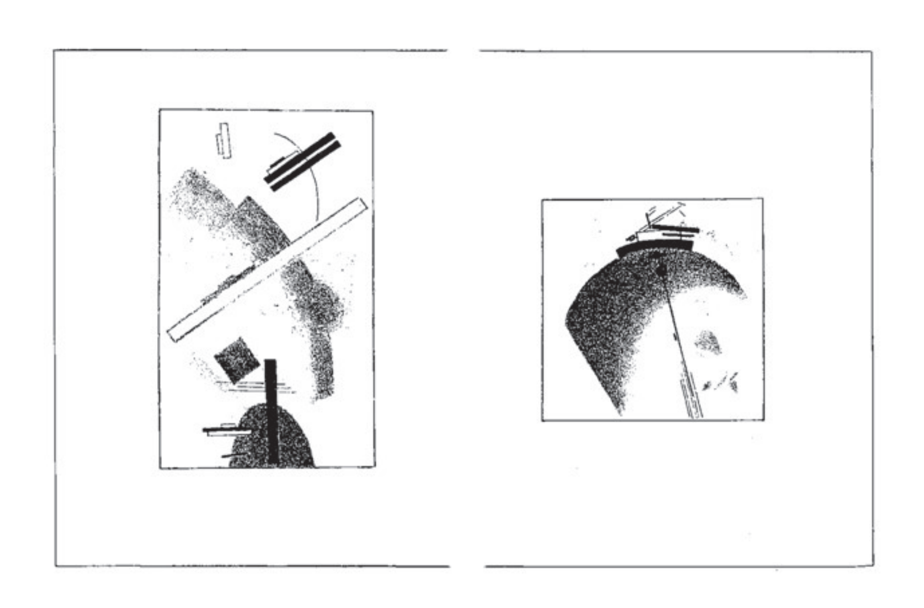


Рис. 23. № 26, № 27

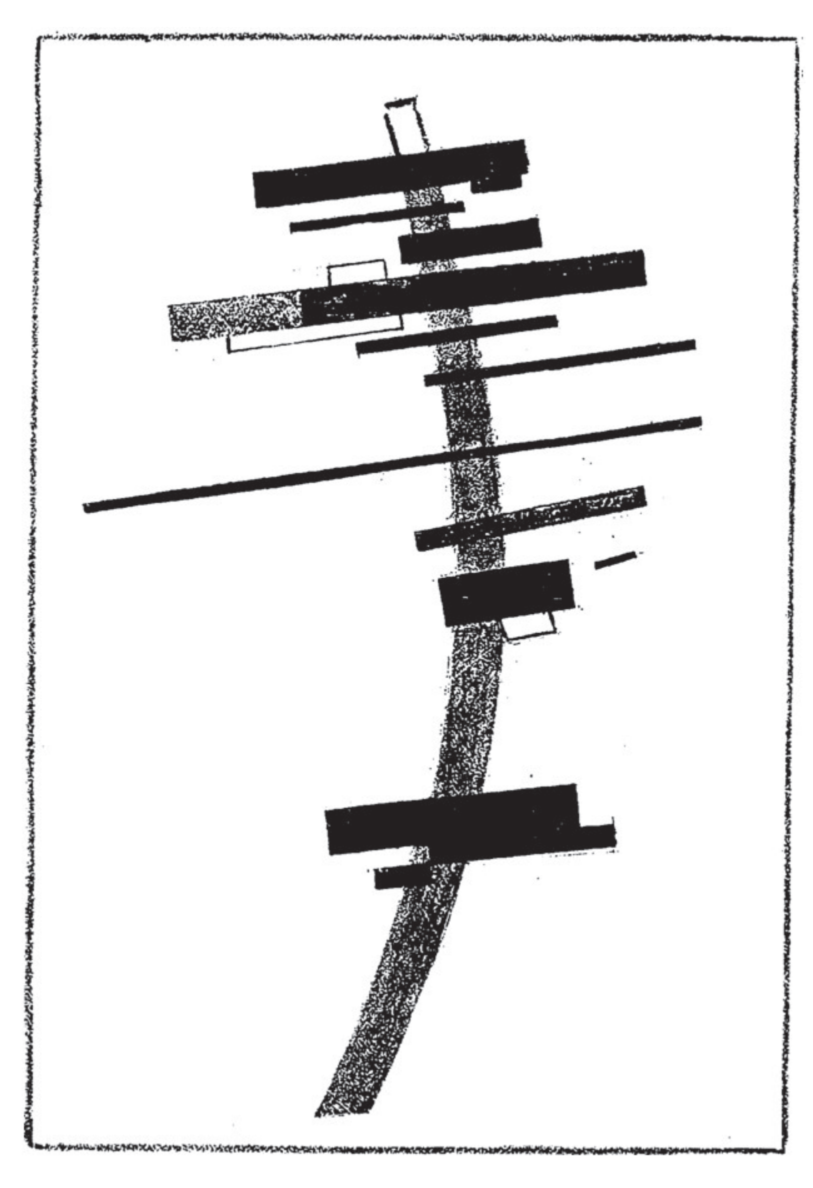


Рис. 24. № 33

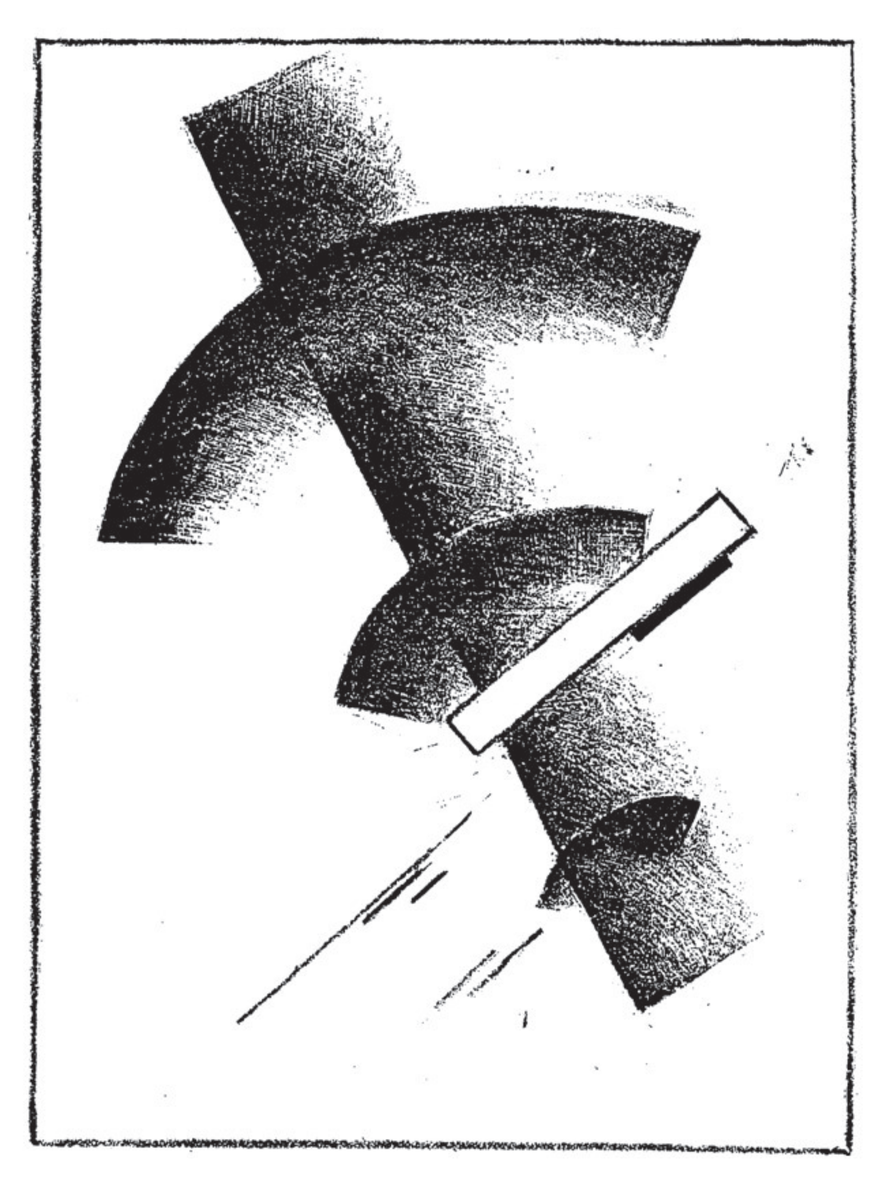


Рис. 25. № 34

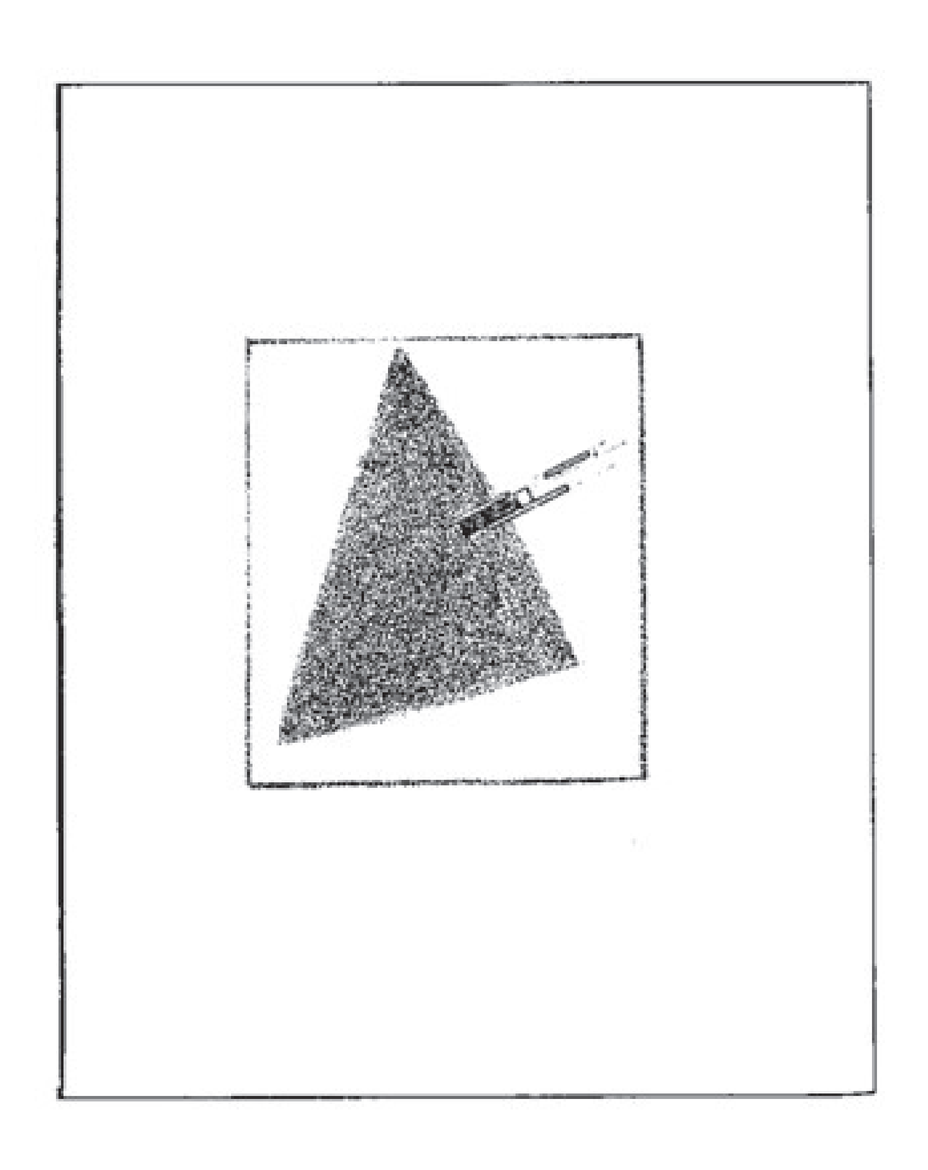


Рис. 26. № 19

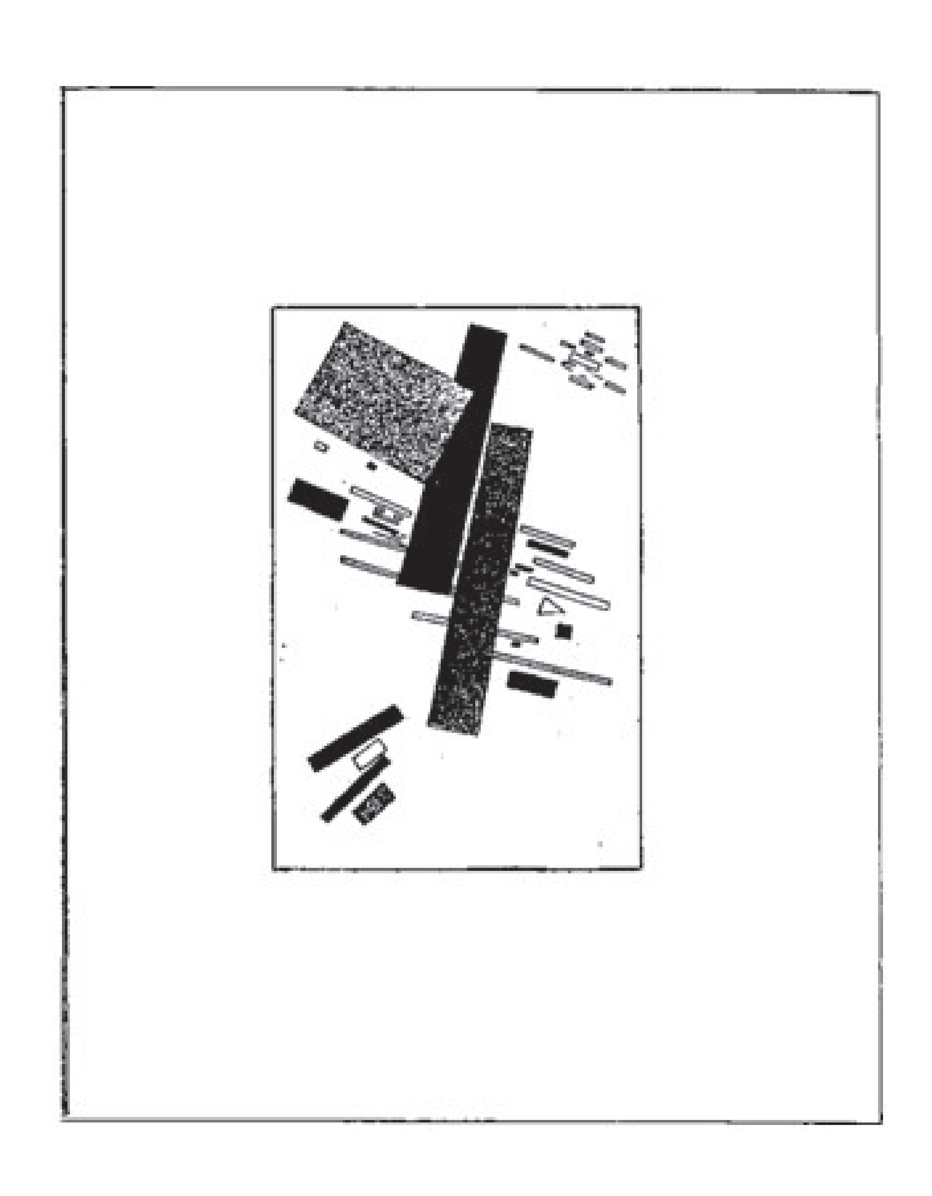


Рис. 27. № 29

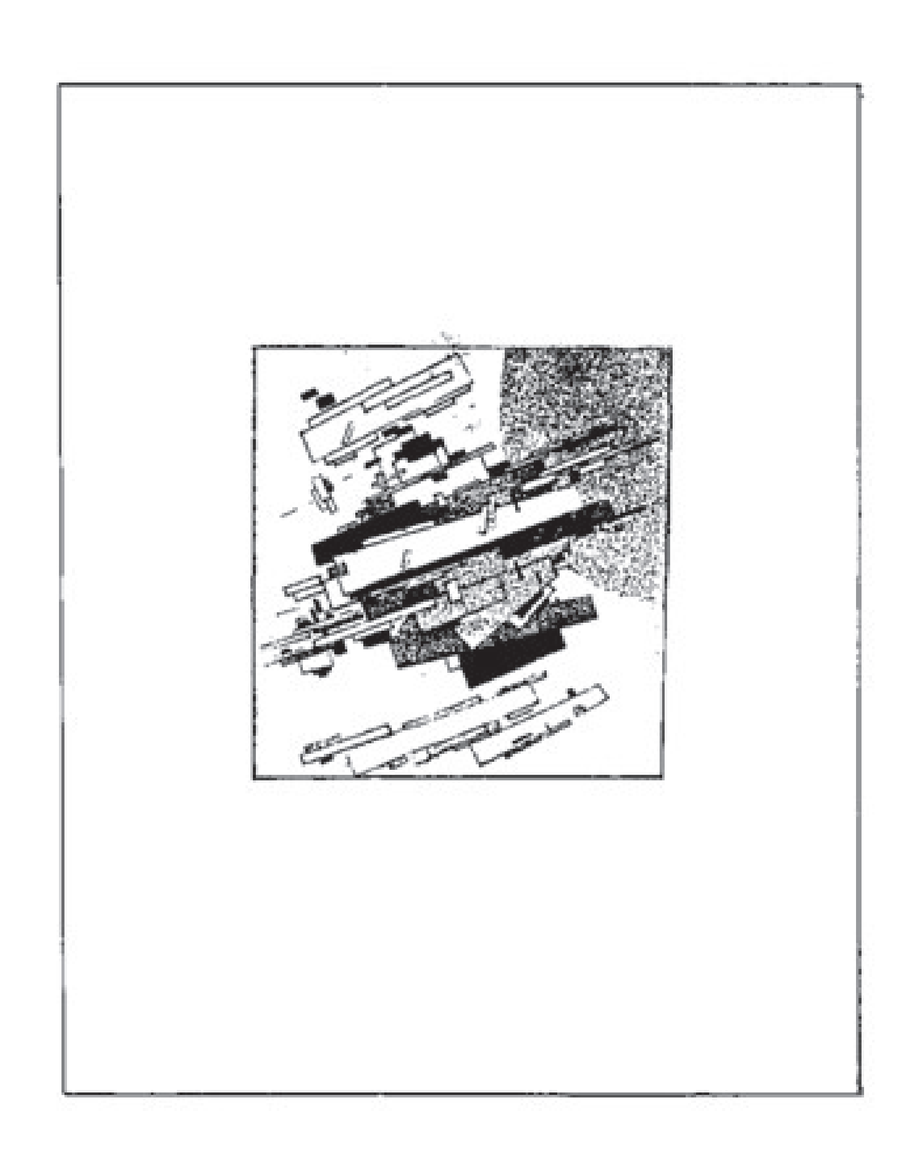


Рис. 28. № 30

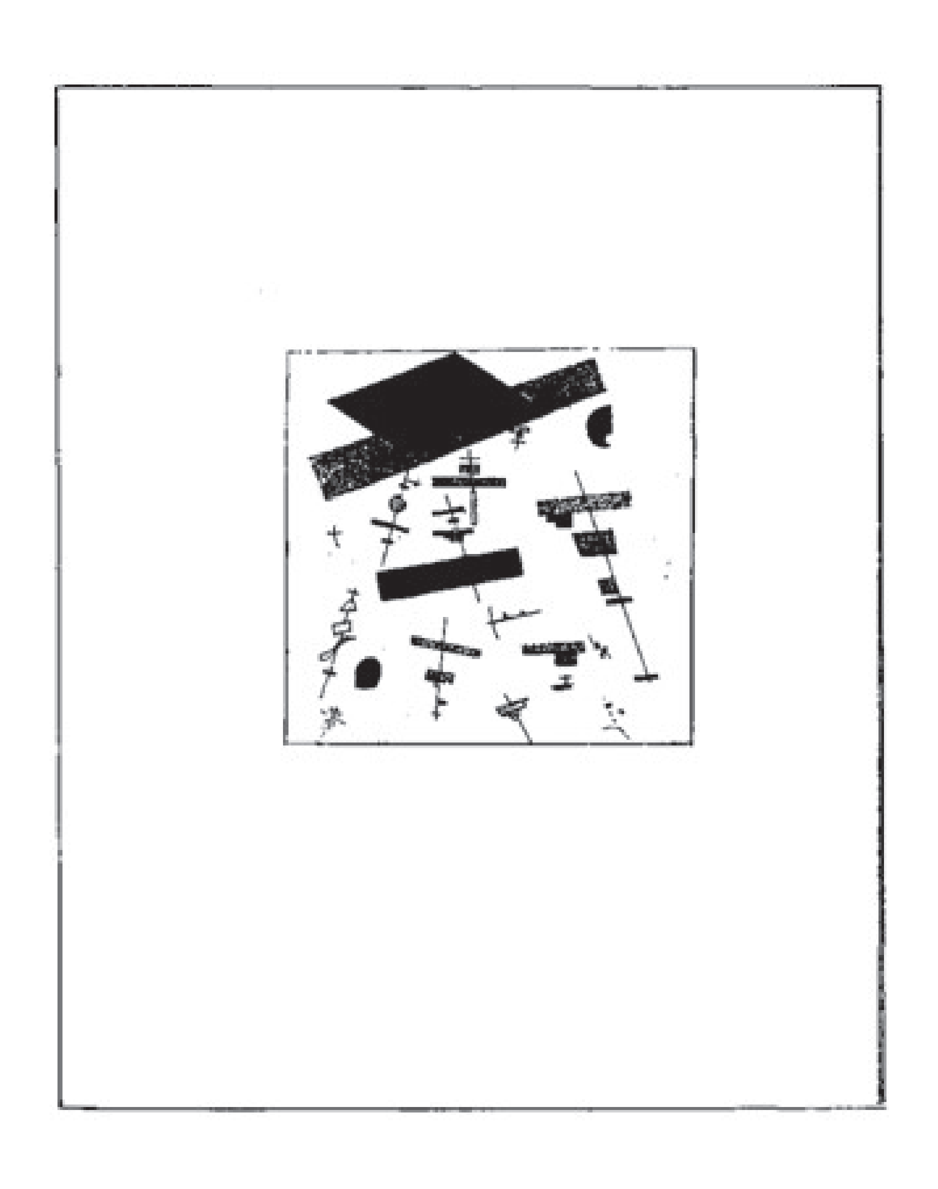


Рис. 29. № 28

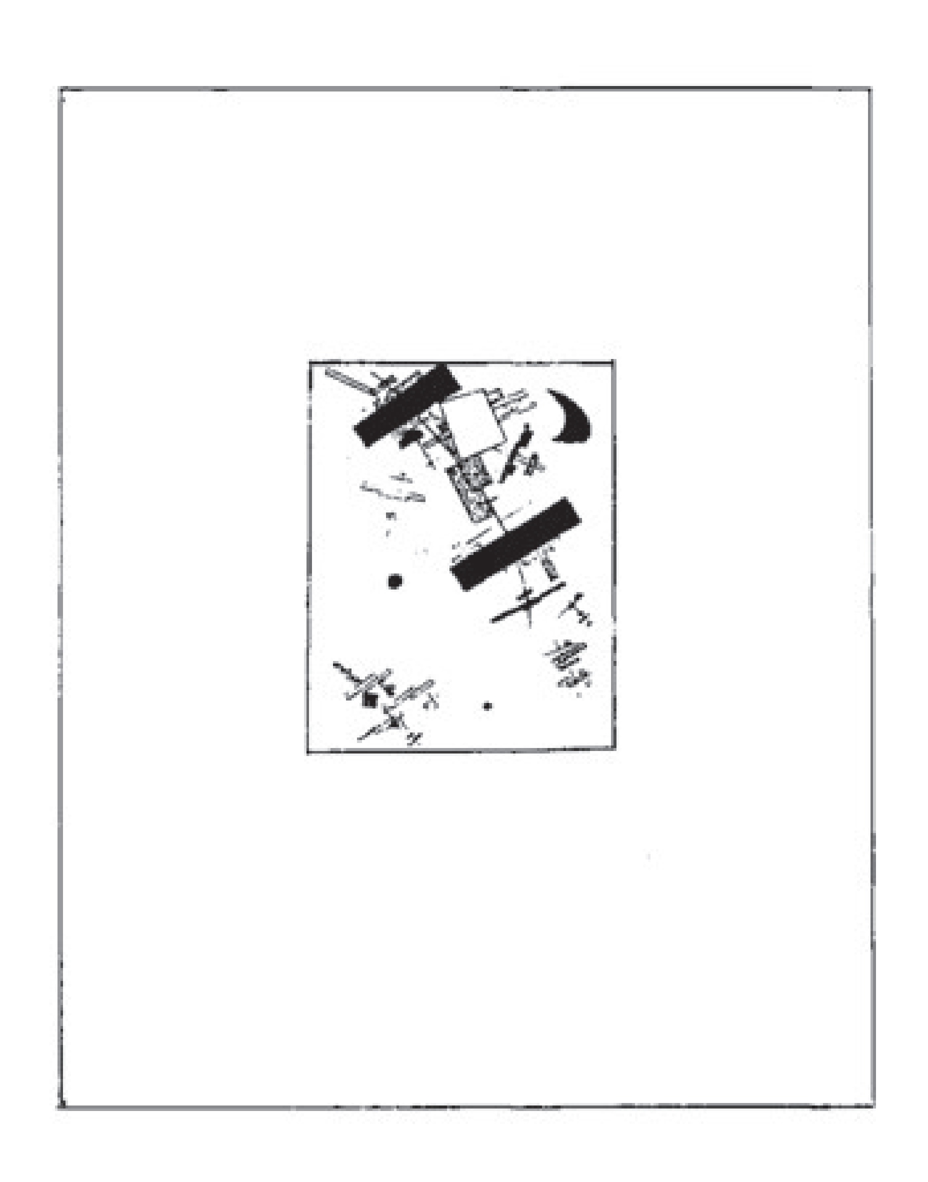


Рис. 30. № 31

11. ТИПОГРАФИКА СТИЛЯ МОДЕРН КОНЦА XIX – НАЧАЛА XX вв. СОВРЕМЕННЫЕ РЕМИНИСЦЕНЦИИ

ART NOUVEAU TYPOGRAPHY OF THE LATE XIX AND EARLY XX CENTURIES. MODERN REMINISCENCES

А. А. Кулаженко, Е. И. Макаревич
A. Kulazhenko, E. Makarevich





Рис. 1а, б. Образцы типографического искусства У. Морриса 1896-1898 гг.



Рис. 2. Коломан Мозер. Шрифты «сецессиона» для журнала Ver Sacrum

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ,
abcdefghijklmn
ópqrstùvwxyz.
1234567890!

Рис. 3а. Eckmann Schrift, 1899 г.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Рис. 3б. Behrens-Schrift, 1902 г.

ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Рис. 4. Шрифтовая гарнитура ITC Korinna, 1974 г.



Рис. 5. Гарнитура Brownwood NF



Рис. 6. «Arts and Crafts», студия P22

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмноп
рстуфхцчшщъыьэюя
1234567890

Рис. 7а. Шрифтовая гарнитура Herold

АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийклмноп
рстуфхцчшщъыьэюя
1234567890

Рис. 7б. Шрифтовая гарнитуры MorrisModern

ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVW
XYZÀÅÉÎ&1234
567890($£€.,!?)

STICCADO
COMMUNITY
OVERTURNED

Рис. 8. Шрифт Mahavishnu канадской тайп-студии Typodermic

AÄBCDEFGHI
JKLMNOPÖQR
STUÜVWXYZ
1234567890?

Рис. 9. Шрифт Artistic от компании Monotype. 1897 г.
Эта же компания опубликовала цифровую версию шрифта в 1992 г.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Рис. 10. Шрифт Davida. Декоративный шрифт, вдохновленный викторианским стилем. Дизайнер Л. Минотт, тайп-студия VGC, 1965 г.

12. ВЛИЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОГО МЕДИА НА СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

IMPACT AND PROBLEMS OF DIGITAL MEDIA ON MODERN EDUCATION OF DESIGN STUDENTS

Е. В. Гильмутдинова, О. В. Лимаренко
E. Gilmutdinova, O. Limarenko



Рис. 1. Обилие информационного шума

13. ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ В ДИЗАЙНЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЧЕЛОВЕКА БУДУЩЕГО

THE INFLUENCE OF INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES IN DESIGN ON THE FORMATION OF THE HUMAN IMAGE OF THE FUTURE

К. В. Годына
K. Godyna

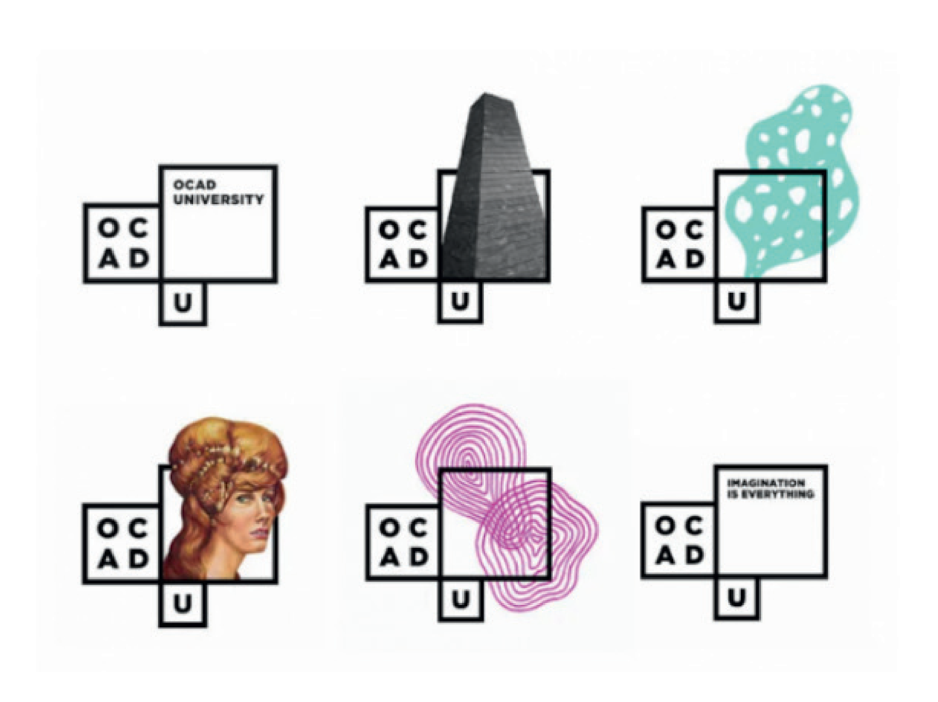


Рис. 1. Логотипы университета OCAD в Торонто

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ – ПРЕЗЕНТАЦИЯ БУДУЩЕГО

РАБОТЫ ВЫПУСКНИКОВ КАФЕДРЫ КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА 2021 ГОДА

- Воробей В. С. Визуальные коммуникации историко-культурного фестиваля «SPRAVA». Руководитель: Гопиенко О. Е.

- Высоцкая В. Ю. Мультимедийная энциклопедия: Холокост. 80 лет Минскому гетто. Руководитель: Голубев В. В.

- Казакевич А. М. Мультимедийный проект «Человек в цифровом пространстве». Руководитель: Кулаженко А. А.

- Ковтуновская А. А. Женский образ в белорусском искусстве. Руководитель: Голубев В. В.

- Койко А. Н. Айдентика продукта Унитехпрома БГУ «Времена года». Руководитель: Длотовская Н. В.

- Коробейник Е. М. Интерактивная квест-игра для школьников по предмету «Биология». Руководитель: Голубев В. В.

- Лесько А. В. Визуальные коммуникации для музея кукол. Руководитель: Дзюба Е. В.

- Михайлова В. Д. Дизайн-проект виртуальной игры «Луч надежды». Руководитель: Ковш Н. Г.

- Нестерчик Е. Д. Интерактивный учебно-методический ресурс по дисциплине «Формальная композиция». Руководитель: Голубев В. В.

- Пархоц Е. Л. Визуальные коммуникации туристического бренда «Беларусь». Руководитель: Гопиенко О. Е.



- Прыгодзіч А. А. Мультымедыйны дызыйн-праект «Лічбавая трансфармацыя - віруальная асоба». Кіраўнік: Семянцоў А. Ю.

- Рак А. В. Виртуальные коммуникации социального проекта «Феномен силы». Руководитель: Шклянко А. В.

- Старинская Ю. В. Мультимедийный проект «Миф о Луне». Руководитель: Семенцов А. Ю.

- Цвирко А. С. Дизайн-проект системы коммуникаций «Аэропорт Минск». Руководитель: Фролова Н. Ю

- Ярошук Д. Д. Дизайн-концепция фестиваля молодежных театров. Руководитель: Фролова Н. Ю.



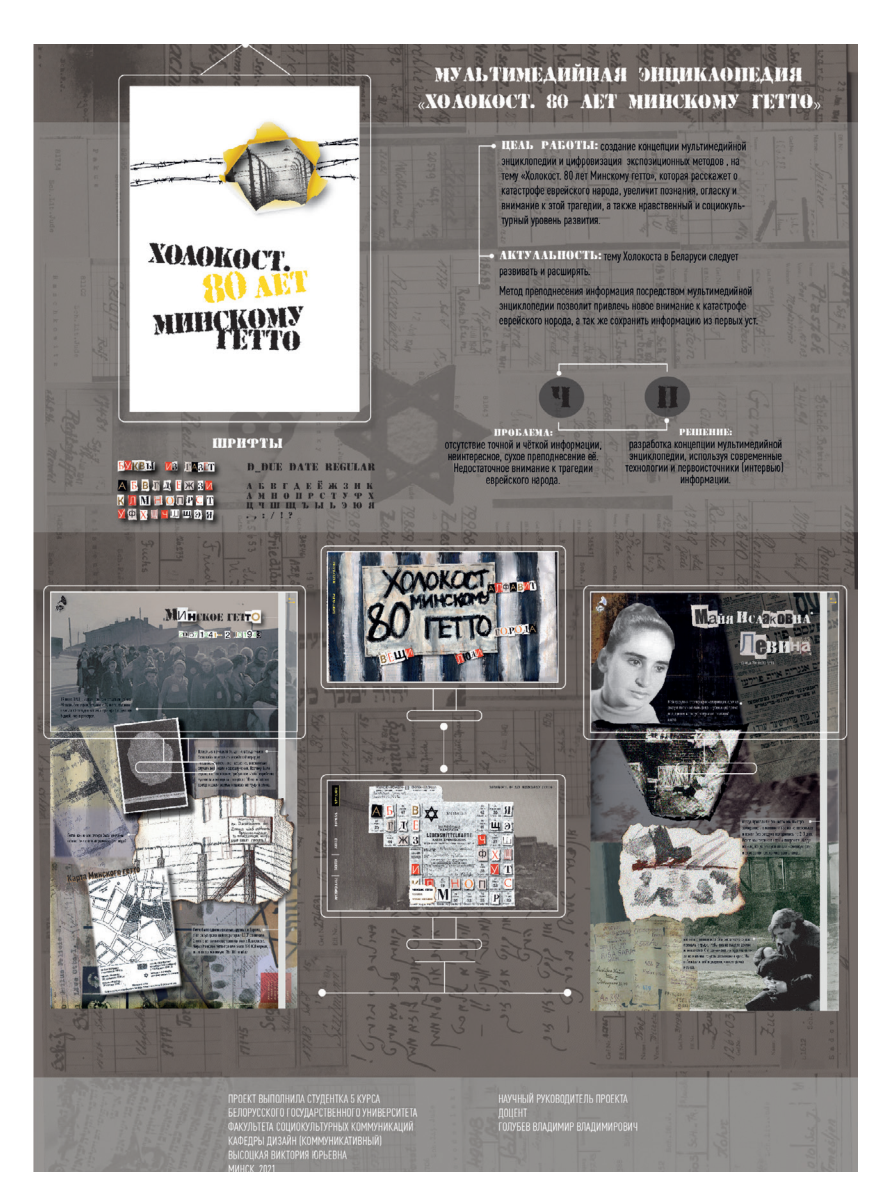
Воробей Вероника Сергеевна
Визуальные коммуникации историко-культурного фестиваля «SPRAVA»



Воробей Вероника Сергеевна
Руководитель: Гопиенко О. Е..



Высоцкая Виктория Юрьевна
Мультимедийная энциклопедия: Холокост. 80 лет Минскому гетто



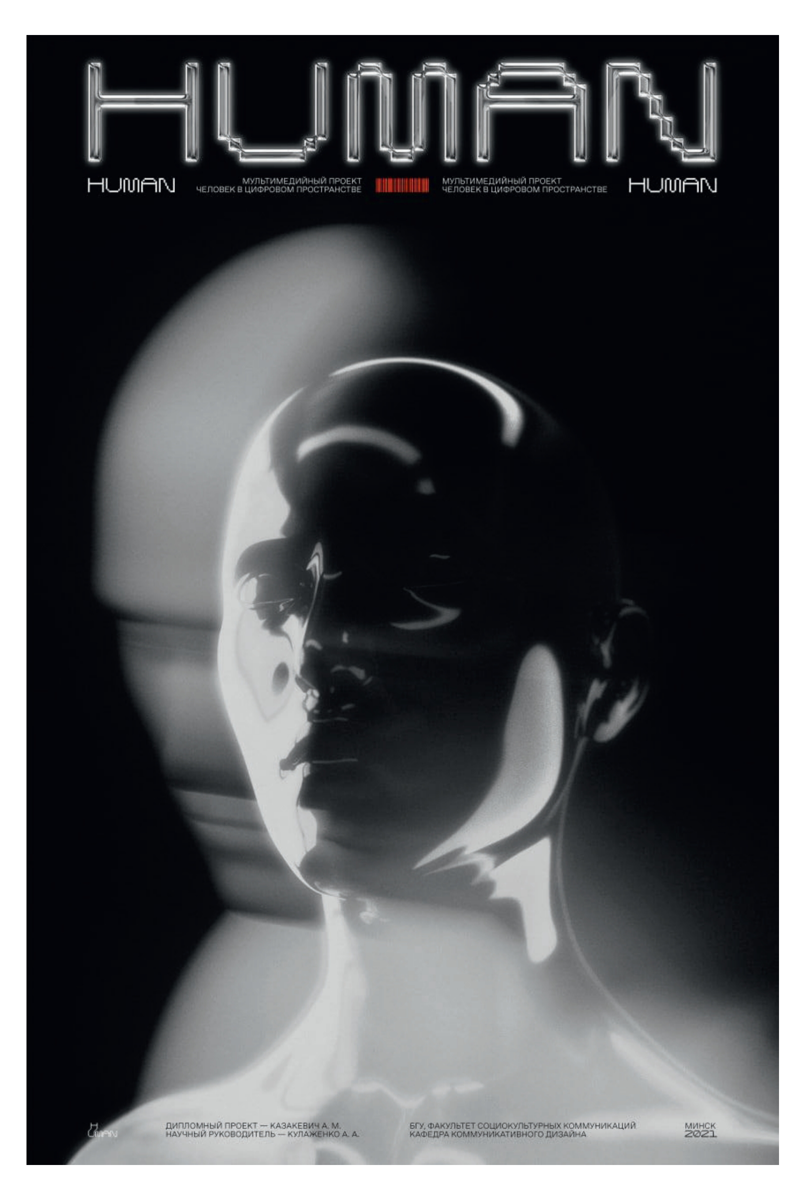
Высоцкая Виктория Юрьевна
Руководитель: Голубев В. В.



Высоцкая Виктория Юрьевна
Мультимедийная энциклопедия: Холокост. 80 лет Минскому гетто



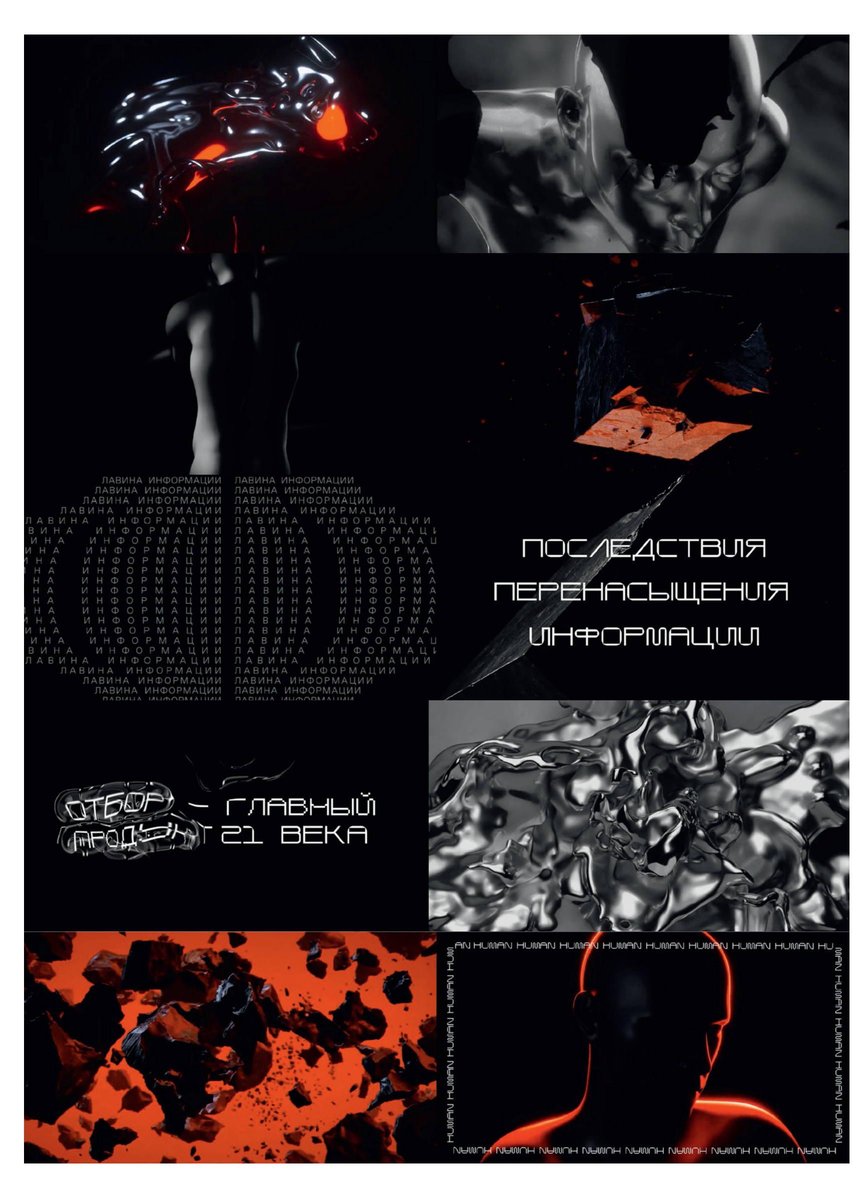
Высоцкая Виктория Юрьевна
Руководитель: Голубев В. В.



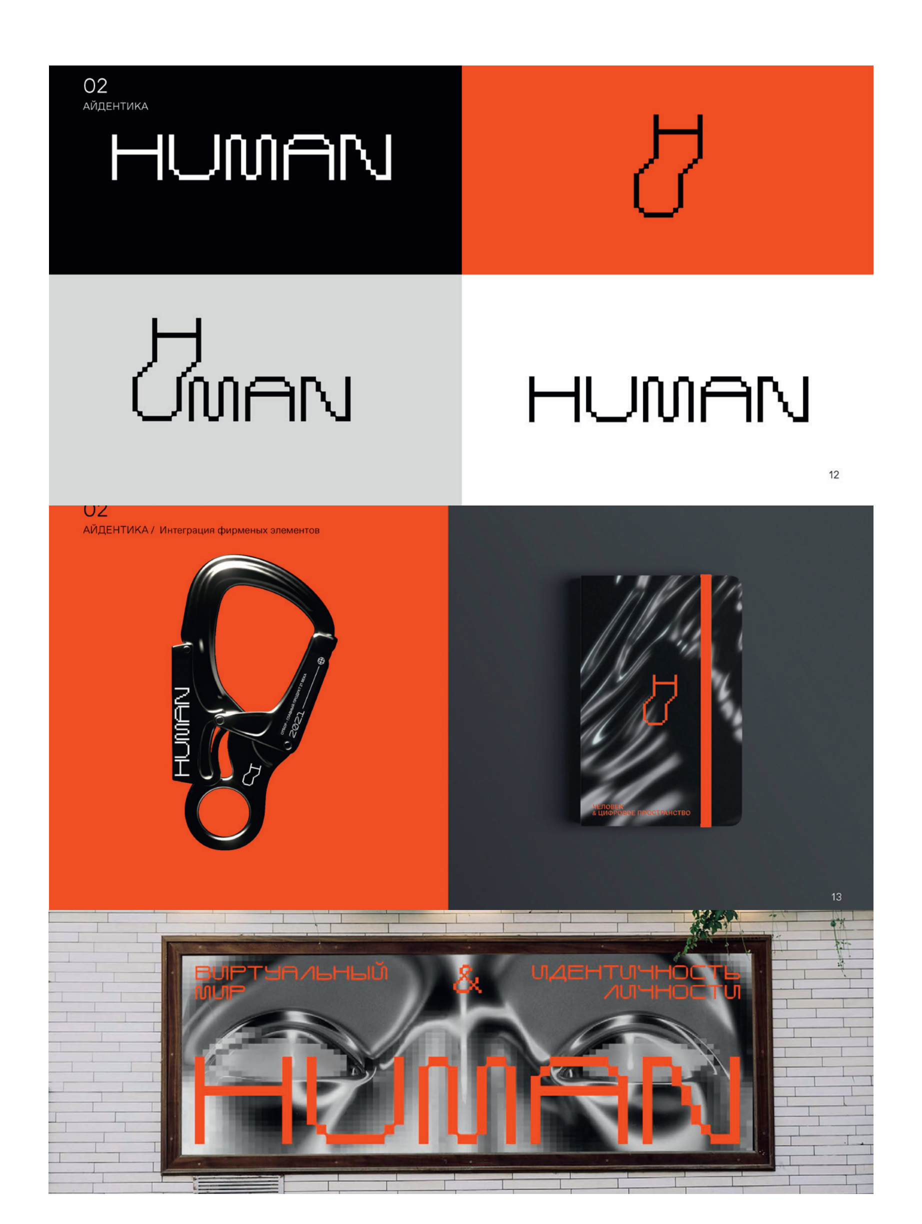
Казакевич Александра Михайловна
Мультимедийный проект «Человек в цифровом пространстве»



Казакевич Александра Михайловна
Руководитель: Кулаженко А. А.



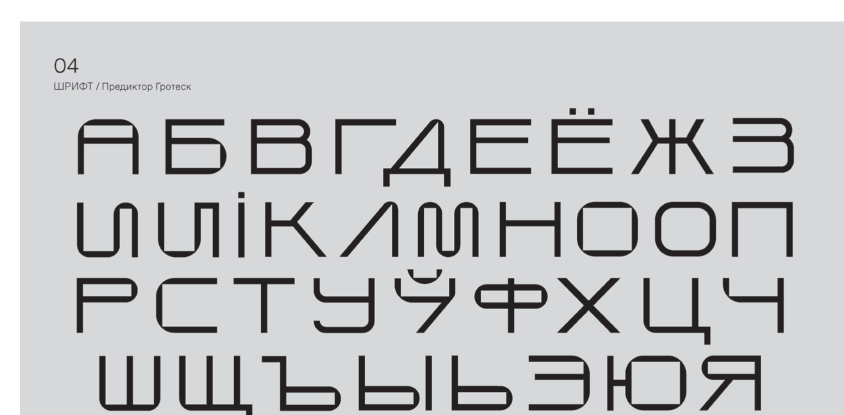
Казакевич Александра Михайловна
Мультимедийный проект «Человек в цифровом пространстве»



Казакевич Александра Михайловна
Руководитель: Кулаженко А. А.



Казакевич Александра Михайловна
Мультимедийный проект «Человек в цифровом пространстве»



04

ШРИФТ / Предиктор Гротеск

Цифры

01234
56789

Пунктуация и символы

/ — . , : ; ! ? #
@ [ ] ← ↑ ↓ →

26

Казакевич Александра Михайловна
Руководитель: Кулаженко А. А.



Ковтуновская Алина Анатольевна
Женский образ в белорусском искусстве



Ковтуновская Алина Анатольевна
Руководитель: Голубев В. В.





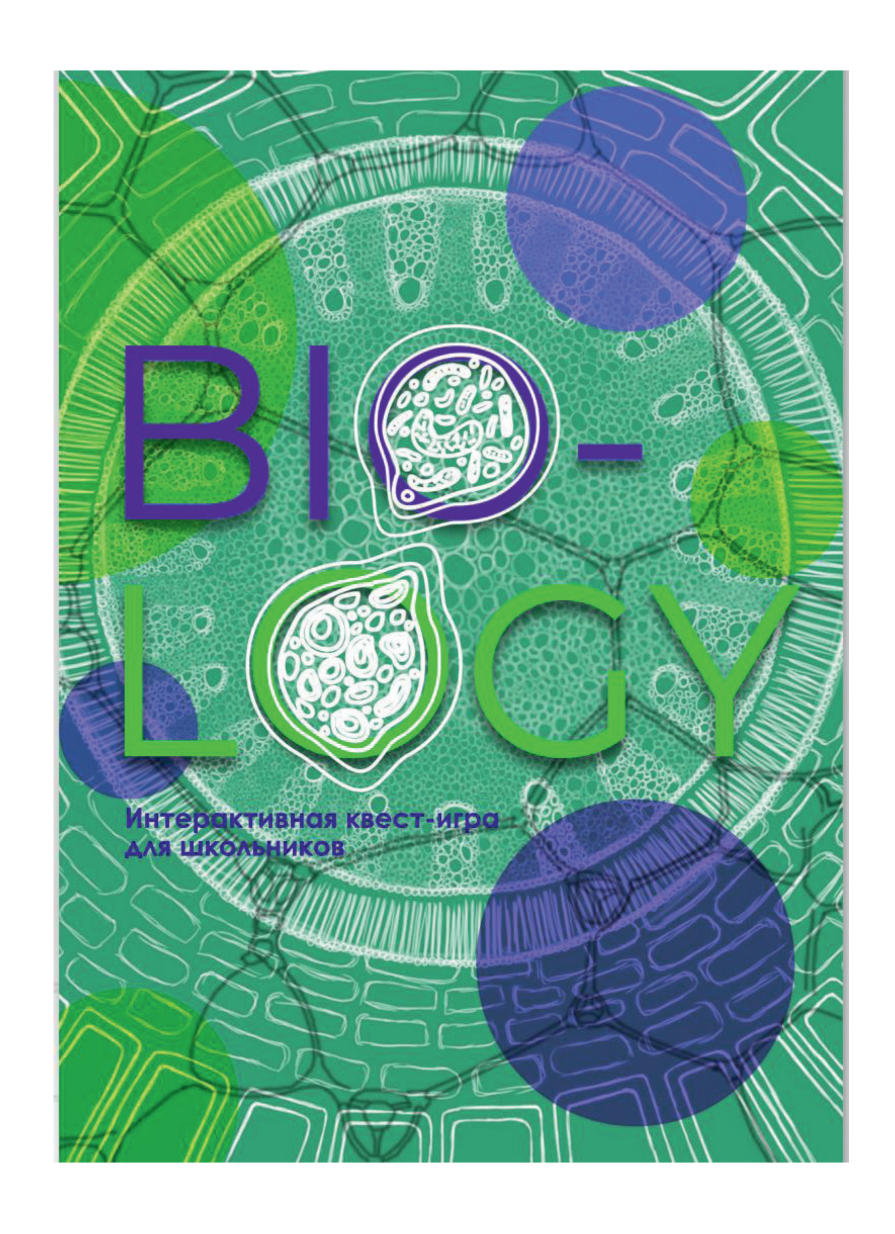




Койко Алина Николаевна
Айдентика продукта Унитехпрома БГУ «Времена года»



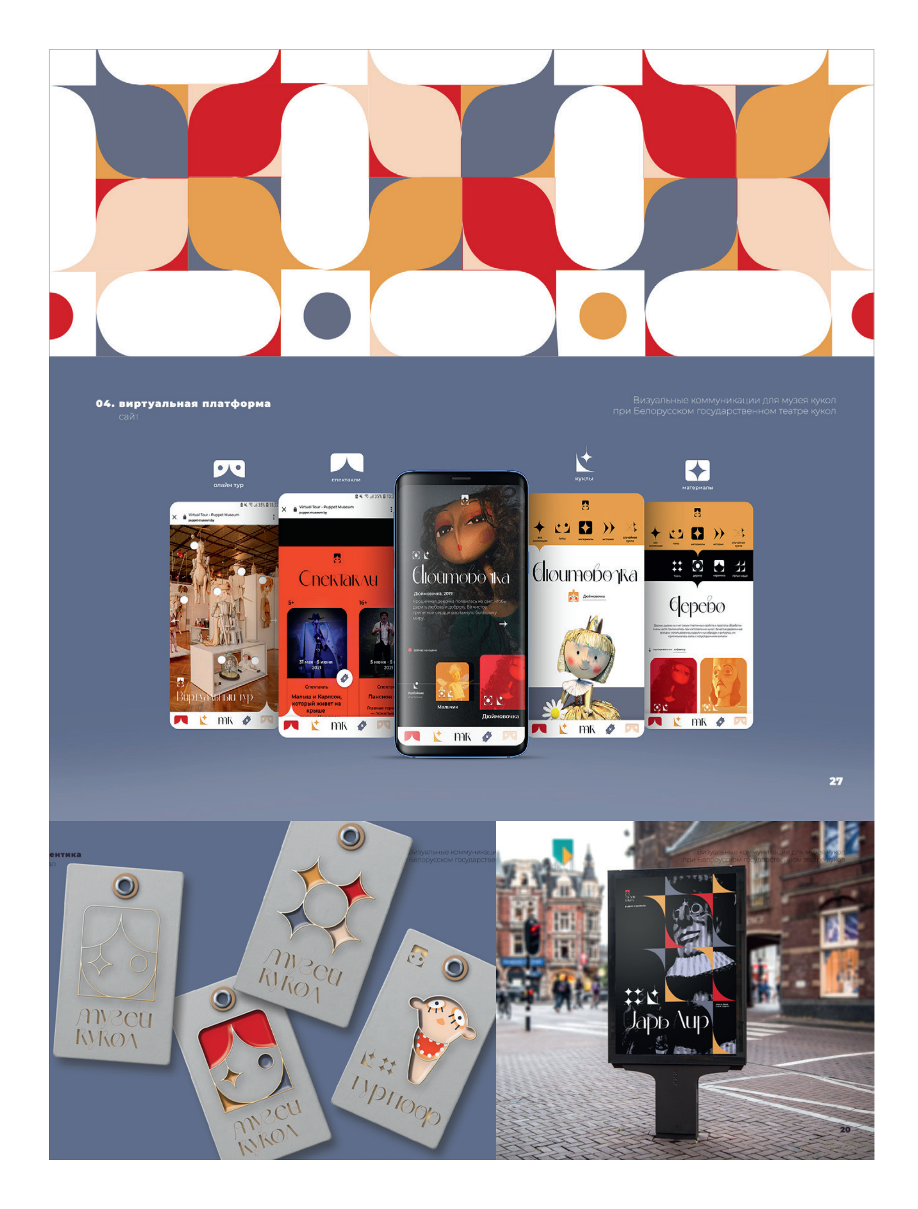
Койко Алина Николаевна
Руководитель: Длотовская Н. В.



Коробейник Елизавета Михайловна
Интерактивная кветс-игра для школьников по предмету «Биология»



Коробейник Елизавета Михайловна
Руководитель: Голубев В. В.



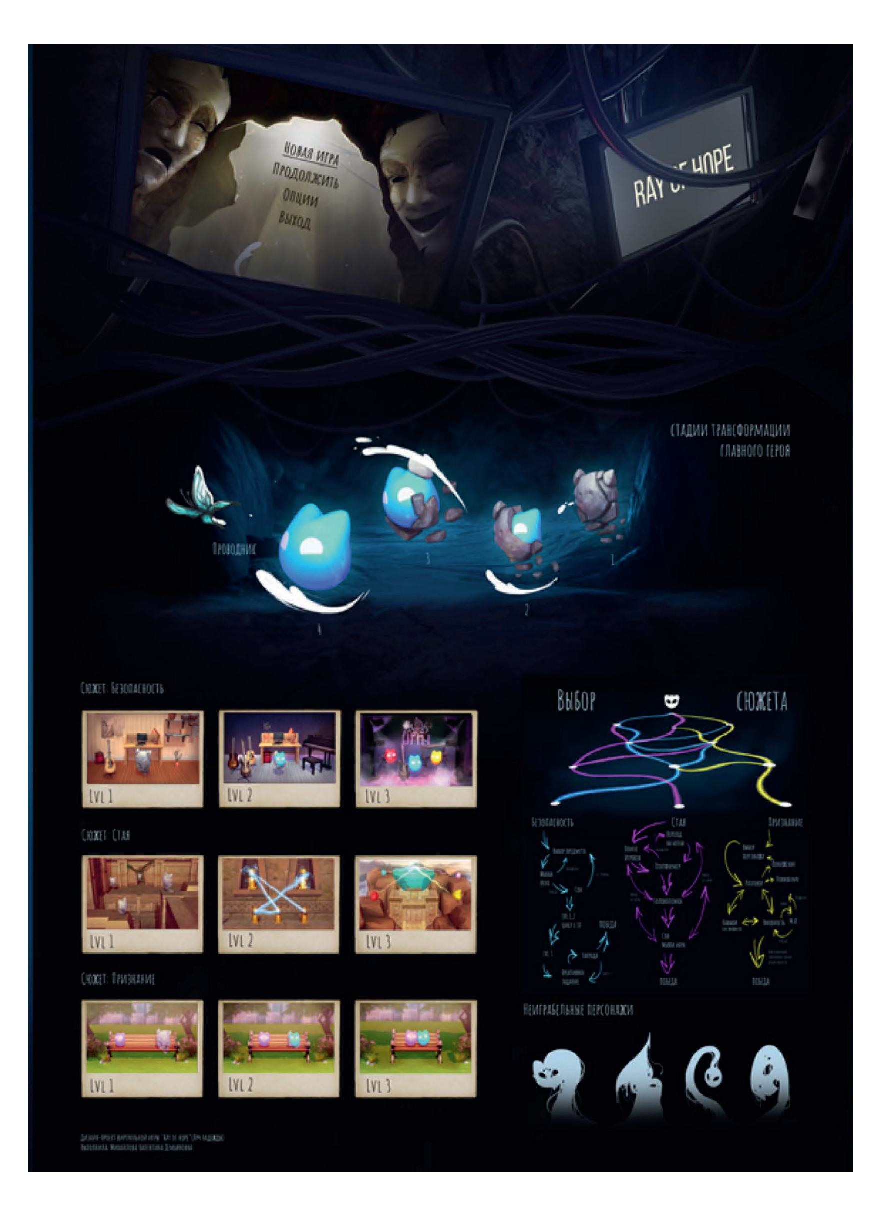
Лесько Алина Валентиновна
Визуальные коммуникации для музея кукол



Лесько Алина Валентиновна
Руководитель: Дзюба Е. В.



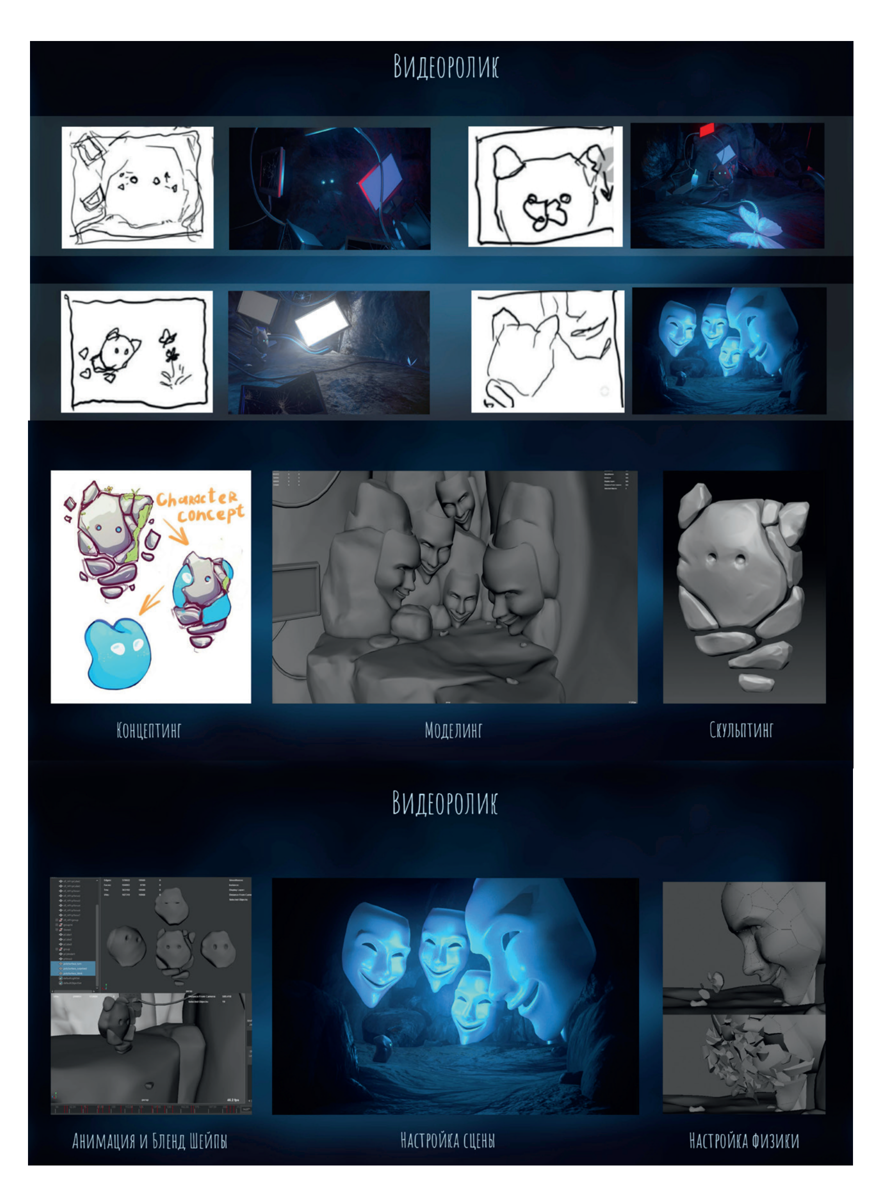
Михайлова Валентина Демьяновна
Дизайн-проект виртуальной игры «Луч надежды»



Михайлова Валентина Демьяновна
Руководитель: Ковш Н. Г.



Михайлова Валентина Демьяновна
Дизайн-проект виртуальной игры «Луч надежды»



Михайлова Валентина Демьяновна
Руководитель: Ковш Н. Г.



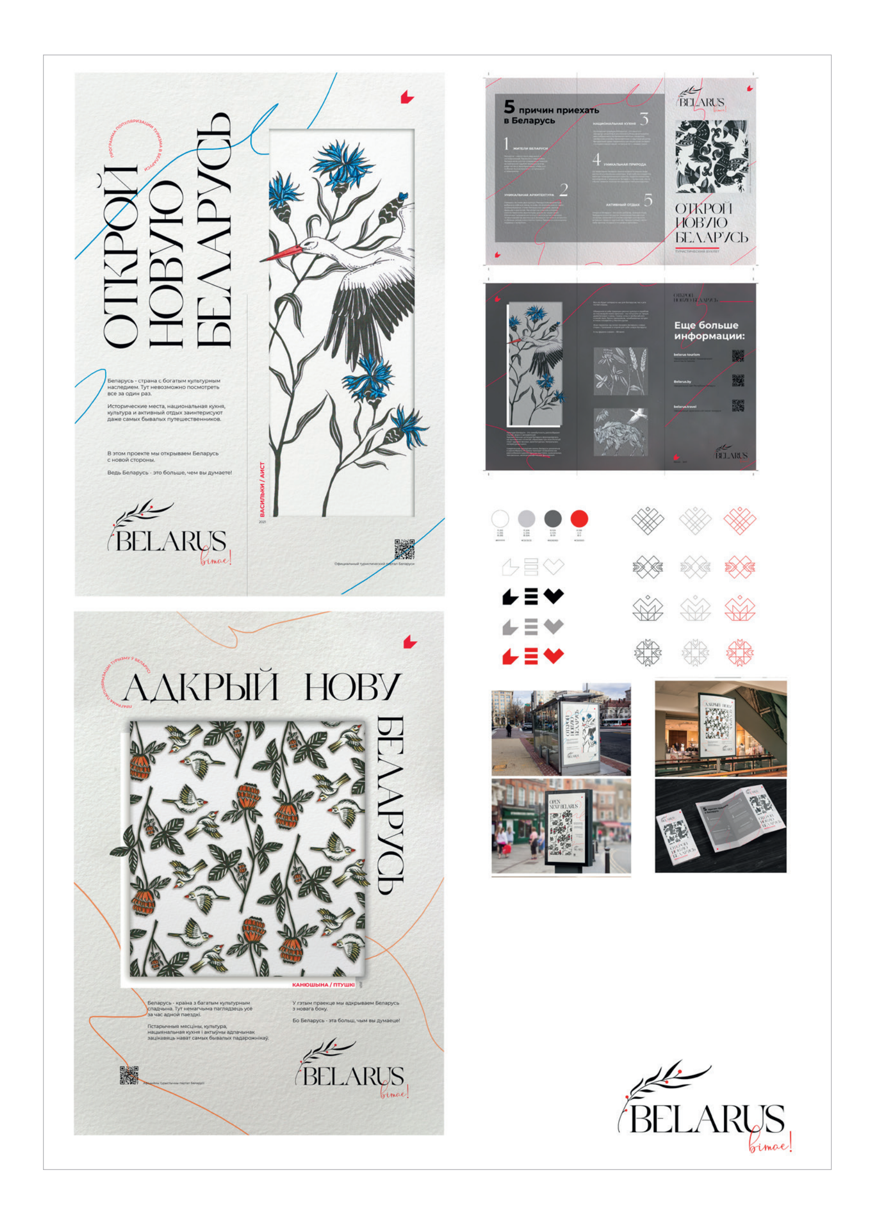
Нестерчик Екатерина Дмитриевна
Интерактивный учебно-методический ресурс
по дисциплине «Формальная композиция»



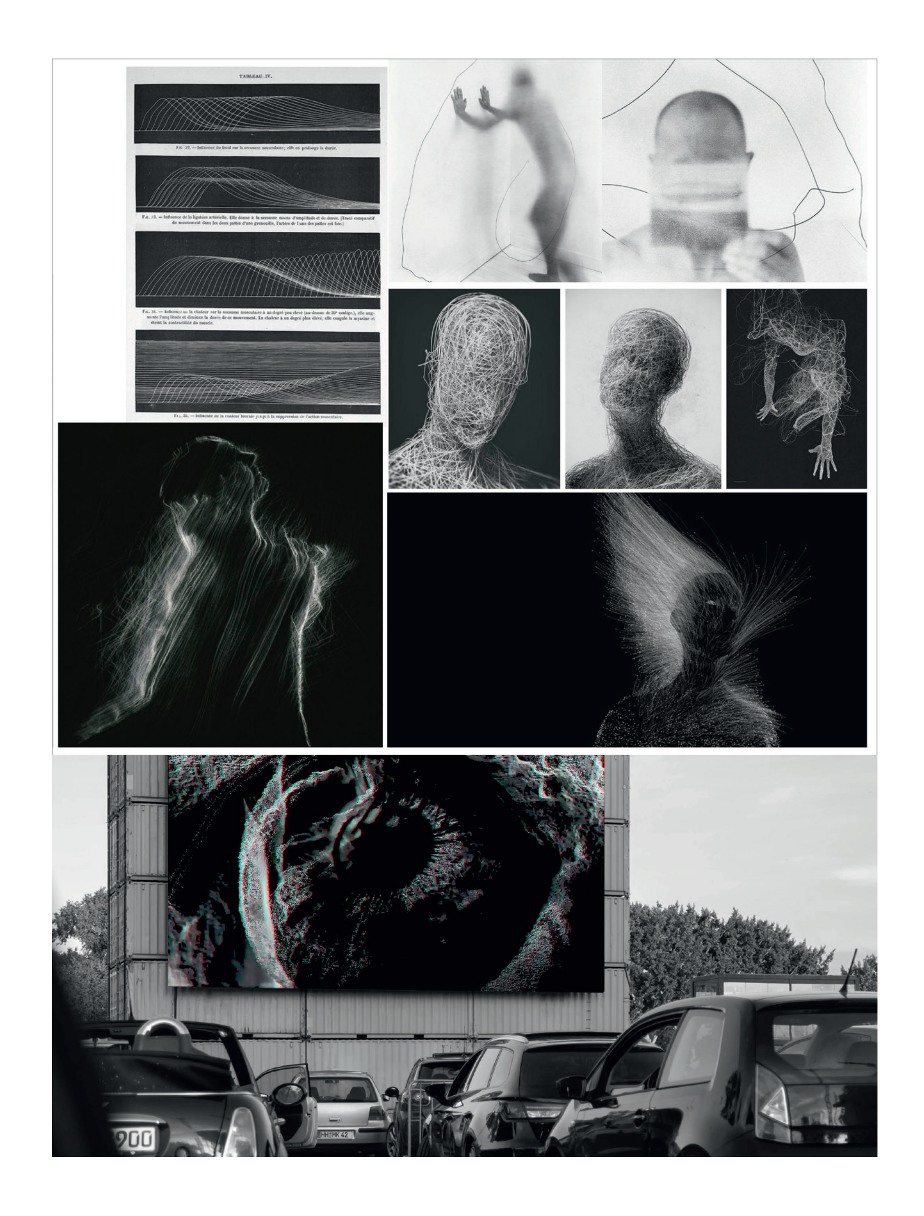
Нестерчик Екатерина Дмитриевна
Руководитель: Голубев В. В.



Пархоц Екатерина Леонидовна
Визуальные коммуникации туристического бренда «Беларусь»



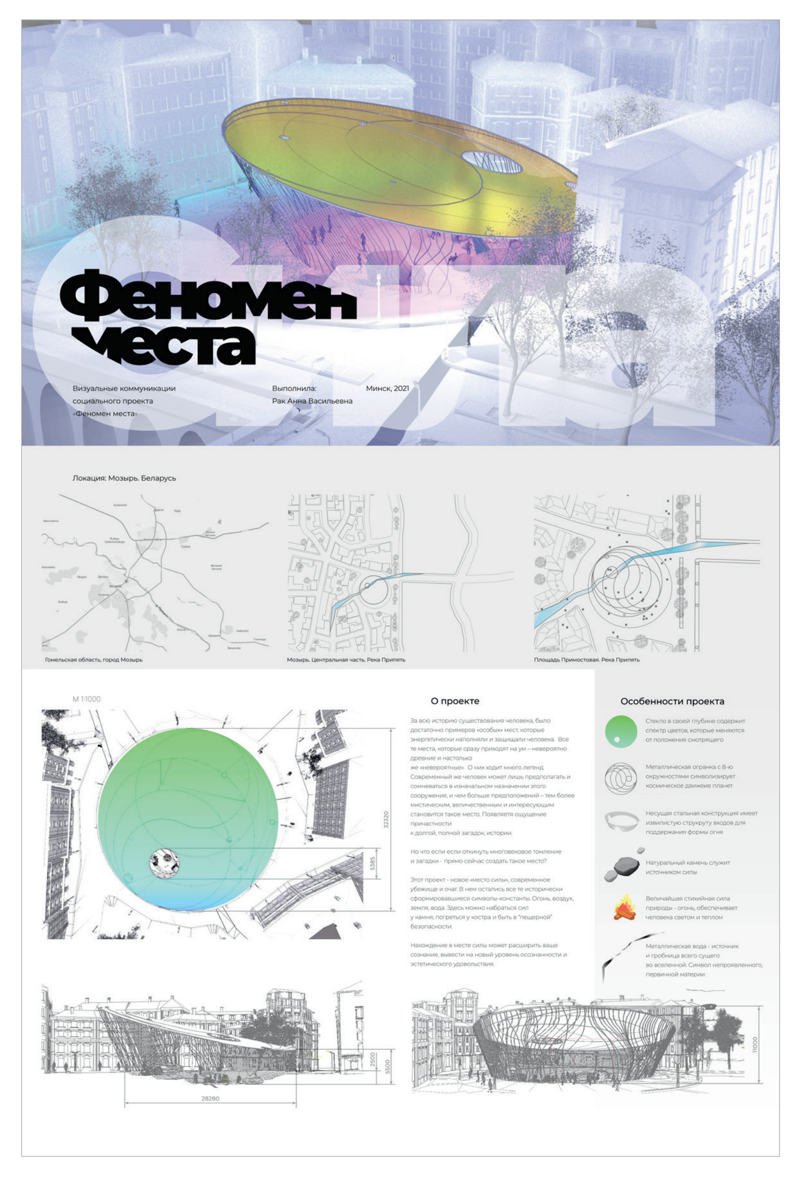
Пархоц Екатерина Леонидовна
Руководитель: Гопиенко О. Е.



Прыгодзіч Аляксандра Аляксандраўна
Мультымедыйны дызыйн-праект «Лічбавая трансфармацыя - віруальная асоба»

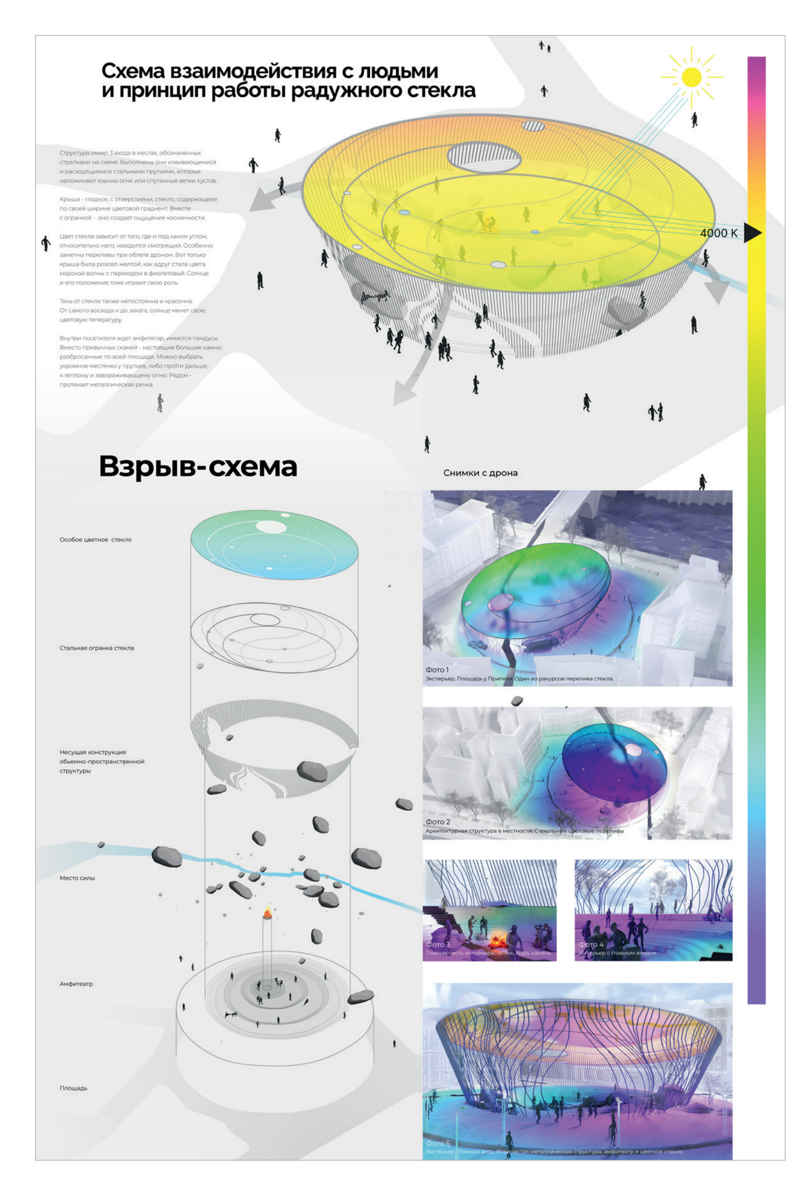


Прыгодзіч Аляксандра Аляксандраўна
Кіраўнік: Семянцоў А. Ю.



Рак Анна Васильевна

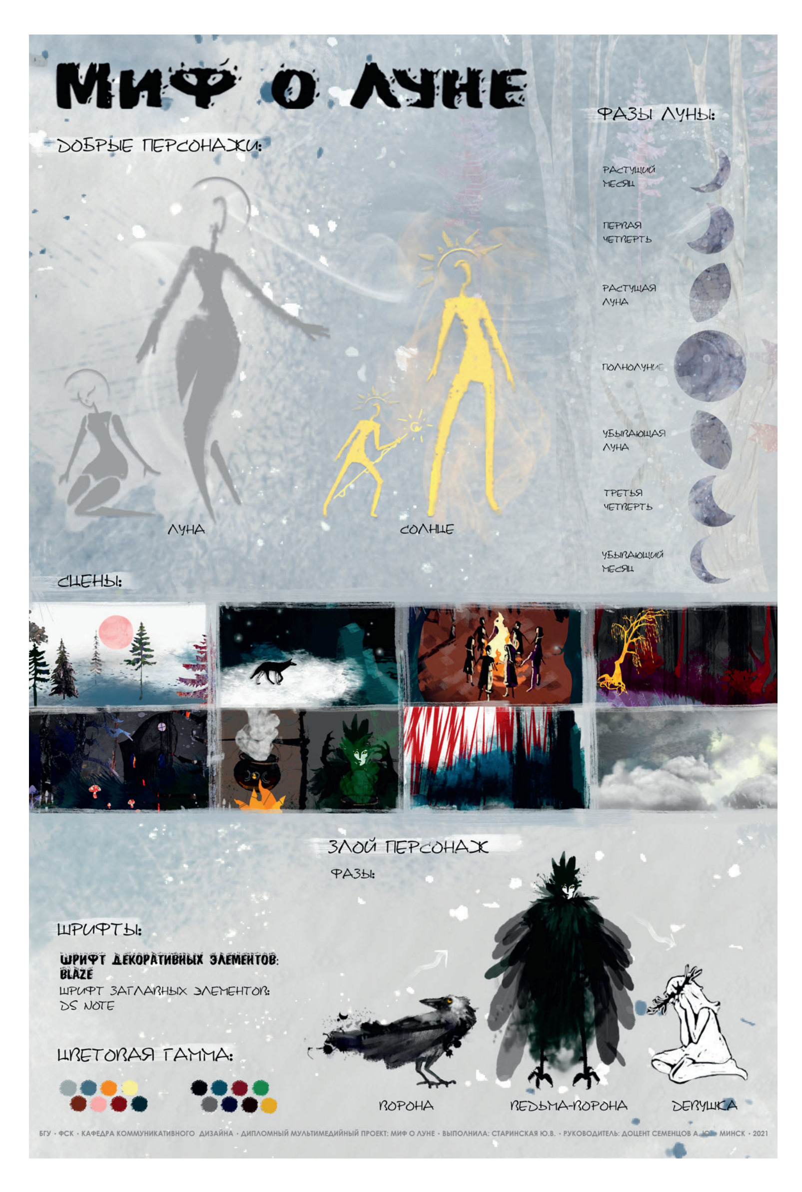
Виртуальные коммуникации социального проекта «Феномен силы»



Рак Анна Васильевна
Руководитель: Шклянко А. В.



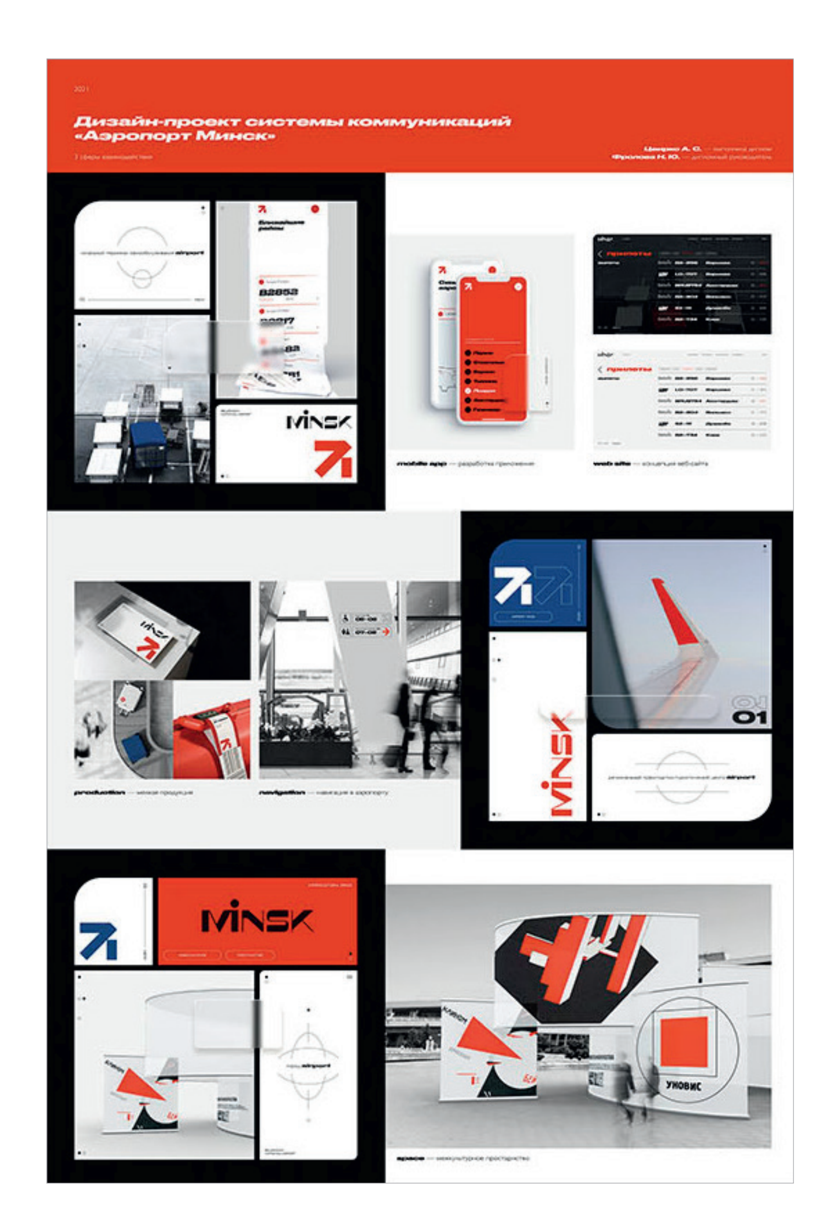
Старинская Юлия Владимировна
Мультимедийный проект «Миф о Луне»



Старинская Юлия Владимировна
Руководитель: Семенцов А. Ю.



Цвирко Александра Сергеевна
Дизайн-проект системы коммуникаций «Аэропорт Минск»



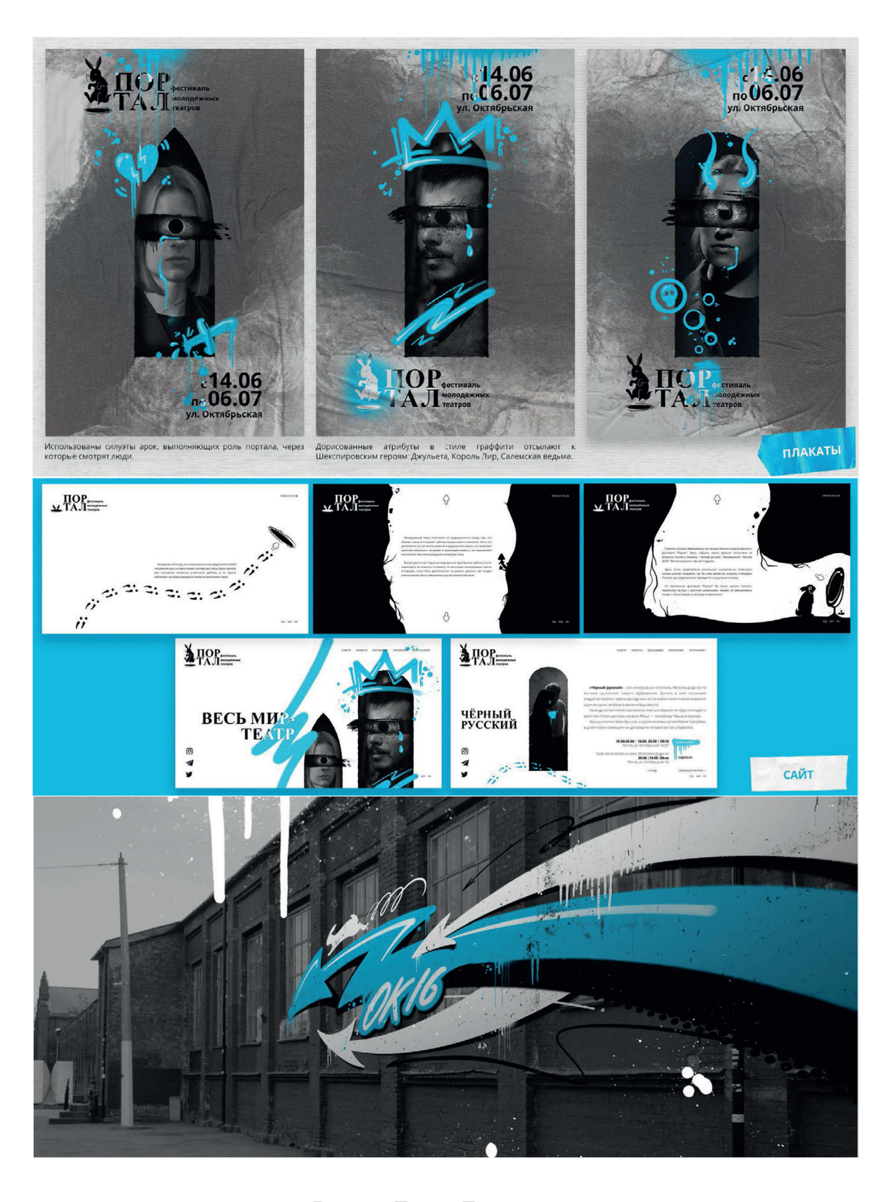
Цвирко Александра Сергеевна
Руководитель: Фролова Н. Ю.



Цвирко Александра Сергеевна
Дизайн-проект системы коммуникаций «Аэропорт Минск»

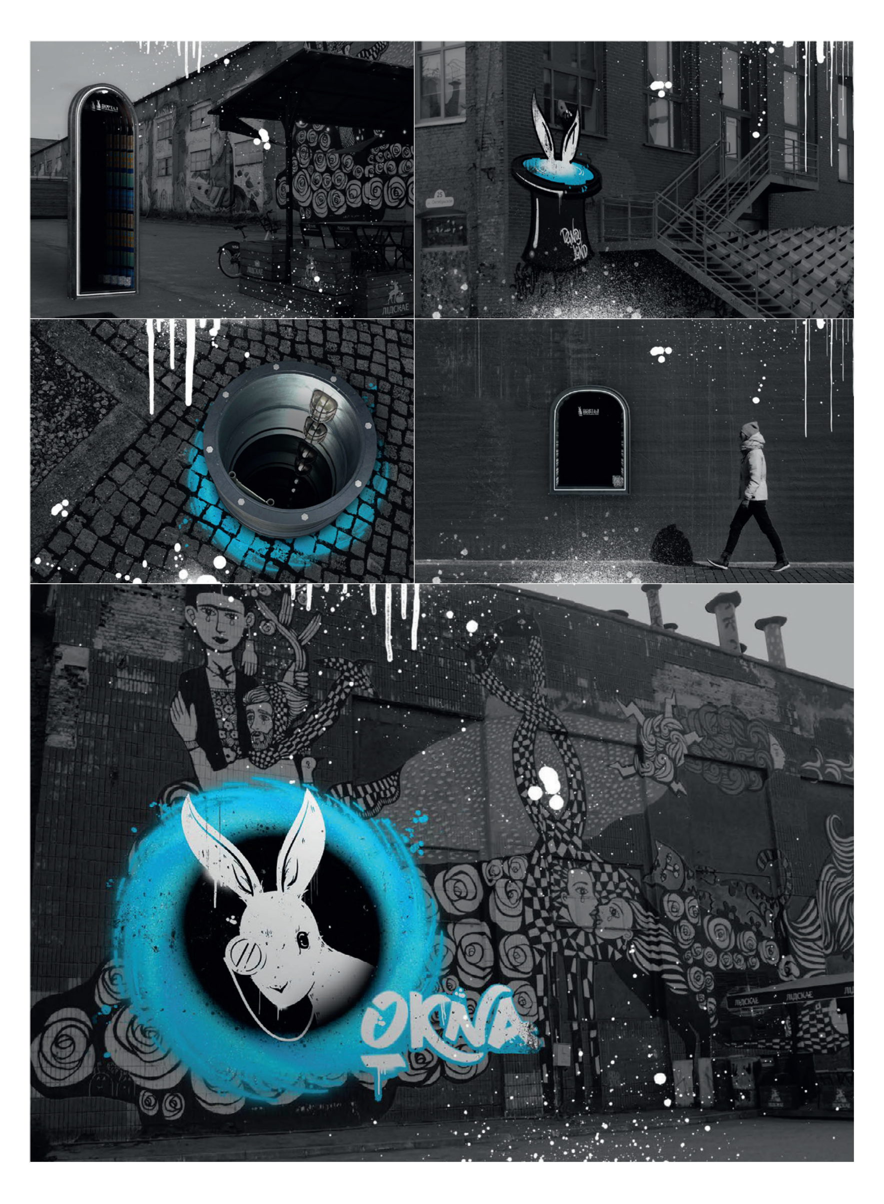


Цвирко Александра Сергеевна
Руководитель: Фролова Н. Ю.



Ярошук Дарья Дмитриевна

Дизайн-концепция фестиваля молодежных театров



Ярошук Дарья Дмитриевна
Руководитель: Фролова Н. Ю.



Ярошук Дарья Дмитриевна
Дизайн-концепция фестиваля молодежных театров



Ярошук Дарья Дмитриевна
Руководитель: Фролова Н. Ю.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

РАЗДЕЛ 2
ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ И ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

РАЗДЕЛ 3
ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИЗАЙНА

РАЗДЕЛ 4
ИСТОРИЧЕСКИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ДИЗАЙНА

CONTENTS

SECTION 1
EDUCATIONAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF PROFESSIONAL TRAINING OF DESIGNERS

SECTION 2
PRACTICE-ORIENTED RESEARCH IN DESIGN

SECTION 3
DESIGN IN THE CONTEXT OF INTERDISCIPLINARY RESEARCH

SECTION 4
CROSS CULTURAL RESEARCH IN THE SPHERE OF DESIGN

SECTION 5
CROSS CULTURAL RESEARCH IN THE SPHERE OF DESIGN

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ДИЗАЙНА И ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

Материалы
VI Международной научно-практической конференции

Минск, 14–15 апреля 2022 г.

В авторской редакции

Ответственный за выпуск *О. Е. Гопиенко*
Дизайн обложки *Е. В. Дзюба, О. Е. Гопиенко*
Технический редактор *О. Е. Гопиенко*

Подписано в печать 22.11.2022. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Цифровая печать. Усл. печ. л. 23,25. Уч.-изд. л. 22,74.
Тираж 20 экз. Заказ

Белорусский государственный университет.
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/270 от 03.04.2014.
Пр. Независимости, 4, 220030, Минск.

Отпечатано с оригинал-макета заказчика